

# Von der <sup>\*Der Planungswettbewerb als Erfolgsbaustein</sup> erstbesten zur besten Lösung



# Vorwort



Bernhard Herzog



Nadja Präßler



Michael Wiebelt

Produktivität steigern, Prozesse unterstützen, Botschaften senden, Identifikationsort und Postkartenmotiv sein – Gebäude können so viel mehr als nur „ein Dach über dem Kopf“ sein. **Nutzen wir dieses Potenzial!**

Doch wie komme ich zu einem Gebäude, das wirklich zu meinen Bedürfnissen passt? Die Antwort lautet: **mit einem sorgfältig vorbereiteten und versiert durchgeführten Planungswettbewerb.** Wettbewerbe gewährleisten Vielfalt und ermöglichen so die Wahl des besten Lösungskonzepts. Diesen Prozess möchten wir im vorliegenden Themendossier beleuchten. Dabei geben wir nicht nur einen **theoretischen Überblick** über verschiedene Verfahren, sondern zeigen anhand **konkreter Fallbeispiele** die Vorteile, die Planungswettbewerbe im Rahmen privater und öffentlicher Bauprojekte bieten. Lassen Sie sich von unseren Best-Practice-Beispielen inspirieren, die alle durch klug durchdachte Wettbewerbe glänzen: So z. B. die **adidas World of Sports in Herzogenaurach**, das neue **Headquarter von Axel Springer** in Berlin oder auch unterschiedliche **Schulneubauten** in Wien.

**Aus langjähriger Erfahrung wissen wir, dass viele „Pain Points“, die unsere Kunden belasten, durch umsichtige Entscheidungen in der Vorbereitung von Wettbewerben beseitigt werden können.** Schließlich fordert die Suche nach Inspiration und vielfältigen, qualitativen Lösungsansätzen, die individuelle Bedürfnisse und Nutzerinteressen berücksichtigen, smarte Antworten und kreatives Potenzial ab dem ersten Prozessschritt. Mit diesem Wissen wollen wir sowohl öffentliche als auch private AuftraggeberInnen dazu ermutigen, Wettbewerbe als Chance für bahnbrechende Lösungen und nachhaltige Konzepte wahrzunehmen.

Da sich Identität in unterschiedlichsten Anforderungen ausdrückt, bedarf es jedoch einer punktgenauen Ermittlung der Anforderungen und einer entsprechenden, auf den Punkt gebrachten Vermittlung: **Als BedarfsplanerInnen und VerfahrensorganisatorInnen unterstützen wir dabei, den Bedarf der AuftraggeberInnen in eine konkrete architektonische Aufgabenstellung zu übersetzen.** Weiter sorgen wir als MediatorInnen zwischen BauauftraggeberInnen und PlanerInnen für eine optimale Prozessqualität und so für das beste Ergebnis.

Das M.O.O.CON-Team steht Ihnen im gesamten Wettbewerbsprozess unterstützend zur Seite: Ob **Übersetzung Ihrer Anforderungen in eine klar strukturierte, lösbare Aufgabenstellung**, **Wahl des geeigneten Verfahrens**, **Zusammenstellung einer kompetenten Jury** oder die **Durchführung und Begleitung von Wettbewerben**: Damit gestalten wir für Sie den perfekten Auftakt für ein sinnstiftendes, zukunftsorientiertes Projekt.

# Inhalt

<b>Gebäude wirken</b>	<b>06</b>
<b>Mit Architektur Position beziehen</b>	<b>08</b>
<b>Erfolgsfaktoren bester Ergebnisse</b>	<b>11</b>
Bedarfsplanung: Das Ergebnis kann nur so gut wie die Bestellung sein	13
Verfahrensauswahl: Ein breites Spektrum an Möglichkeiten	16
Qualität der Vermittlung: Auf den Punkt gebracht	19
Vorprüfung und Jury: Den Beitrag mit dem besten Potenzial finden	20
<b>Aus der Praxis: Wie M.O.O.CON Wettbewerbe erfolgreich macht</b>	<b>24</b>
Radikalität als Programm: Neubau des Headquartiers von Axel Springer SE in Berlin	24
Großprojekt mit Vorbildcharakter: Die neue Zentrale der Wiener Netze Smart Campus Wien-Simmering	30
Auf dem Weg zur modernsten Stadtverwaltung Deutschlands: Das neue Technische Rathaus Mannheim	34
Architektonische Champions League: Das Stage V der adidas World of Sports in Herzogenaurach	38
Der Mensch im Mittelpunkt: Das neue Forschungs- und Entwicklungszentrum von MAM in Großhöflein	44
Flexibilität macht Schule: Schulneubau in der Wiener Grundäckergasse	50

## Impressum

M.O.O.CON GmbH  
Plenkerstraße 14  
3340 Waidhofen/Ybbs  
Österreich

[www.moo-con.com](http://www.moo-con.com)

## Autoren

Fachliche Redaktionsleitung:  
Bernhard Herzog, Nadja Präßler, Michael Wiebelt

## Redaktionelle Umsetzung

Isabelle Lohmann (FINK | Kommunikations- und Projektagentur)

## Layout

Judith Strieder

## Titelbild

Eike Becker, [www.eikebeckerarchitekten.com](http://www.eikebeckerarchitekten.com)

**Stand:** August 2021

Alle Rechte am Werk liegen bei der M.O.O.CON GmbH.

## Haftungshinweis

Unberechtigte Vervielfältigung ist nicht erlaubt. Dies gilt insbesondere für die elektronische und sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

## Kapitel 1

# Gebäude wirken

**Das Seagram Building in NYC**  
Das Gebäude des Architekten Mies van der Rohe steht für ikonische Avantgarde.



Louis Sullivan

„So wie du bist,  
so sind auch deine  
Gebäude.“

**Die Zentrale des Bundesnachrichtendienstes in Berlin**  
Keine architektonischen Experimente oder Wagnisse hinter Mauer und Zaun.



**Das Forum Romanum**  
Ein Platz als Zentrum für Machtrepräsentation und Austausch.

**Architektur umgibt uns alle. Architektur wirkt auf Menschen – auch auf Menschen in einem Unternehmen und auf die, die mit ihm im Kontakt stehen – und damit auf den Unternehmenserfolg. Erkennt man sie als Management-Instrument, geht es darum, die richtige Architektur zu finden, denn: Setzt man sie bewusst ein, kann sie die eigene Identität zur Entfaltung bringen und ein mächtiges Sprachrohr in die Umwelt sein.**

## Architektur beeinflusst unser Leben

Wir gehen nicht zurück in die Zeit der Höhlen, Hütten und Holzbauten – möchten aber den Gedanken platzieren, dass das **Abgrenzen von Raum vor den äußeren Einflüssen durch eine schützende Hülle zu den frühen Taten der Menschen gehört**. Zu Beginn stand der Schutz im Vordergrund, der Schutz vor Wind, Regen, Hitze und Sonnenstrahlen. Danach kamen Geborgenheit, Sesshaftigkeit und damit die Ausgestaltung und Darstellung nach innen und außen ins Spiel. Räume beeinflussen die Wahrnehmung der Menschen, die in ihnen leben.

Das war früher in den Holzhütten so und ist heute im Event Space des **Burj Khalifa**, Dubai, auf 500 Metern Höhe nicht anders. Ein Raum, der nach außen Pracht signalisiert, weckt Respekt, Begehrlichkeit oder Verachtung. Der **Tempel Salomons** wurde von den Babyloniern gezielt niedergebrannt – **Cumhurbaşkanlığı Külliyesi**, der Weiße Palast und Amtssitz des türkischen Präsidenten, erzeugt ein facettenreiches Portfolio von Gefühlen, Meinungen und damit Wirkungen. Es ist wie bei Paul Watzlawick: ein Raum kann nicht nicht wirken.

## Architektur wird bewusst eingesetzt

Wir erkennen ein intensives Auseinandersetzen mit dem (eigenen) Raum und das Bestreben, ihn zu gestalten. Er dient der **Befriedigung von Bedürfnissen als Wohn-, Arbeits- oder Freizeitraum**: Er wird genutzt zum Essen, zur Erholung oder zur sportlichen Betätigung – seine Aufgaben können unzählig sein.

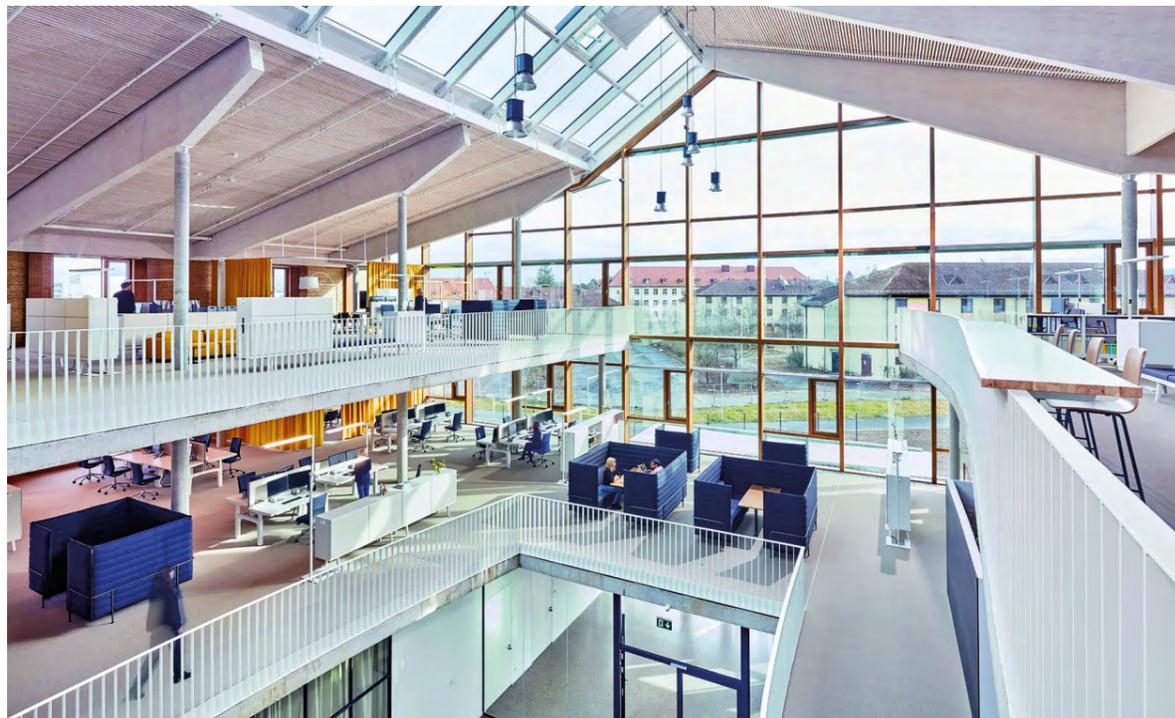
Mit ihm werden aber auch, sei es bewusst oder unbewusst, Botschaften gesendet: ein Raum kommuniziert. Er kommuniziert die angestrebte oder tatsächliche Position in der Gesellschaft und dient so dem Aufbau und der Festigung von Machtstrukturen, wie im Text beispielhaft gezeigt. Ebenso kann er Geisteshaltungen darstellen: **avantgardistisch** (das Seagram Building in New York), **konservativ** (der Neubau des Bundesnachrichtenzentrums in Berlin) oder **demokratisch** (das Forum Romanum).

## Kapitel 2

# Mit Architektur Position beziehen

## Form Follows Function

Doch noch bevor auch nur eine einzige Wand geplant wird, auch nur eine erste Silhouette entworfen wird, steht der Verwendungszweck des Gebäudes. Es sind die anfangs definierten Wünsche und Bedürfnisse, die als Funktionsanforderungen dem künftigen Bauwerk ein Fundament geben. Erst dann kommt der bzw. die ArchitektIn ins Spiel und gibt der gewünschten Funktion ein Gesicht. Und auch wenn es die imposante Fassade eines Gebäudes ist, die BetrachterInnen auf den ersten Blick beeindruckt, so zeichnet sich ein gutes Gebäude vor allem dadurch aus, dass es die gewünschte Funktion erfüllt. Im besten Fall durch eine Form, die begeistert.



### Die Alnatura-Zentrale in Darmstadt

Mit dem Auflösen strenger Hierarchien und der „Dein Schreibtisch, mein Schreibtisch“-Kultur lassen sich oft auch eine systemische Öffnung und eine aktive Auflösung von Abteilungen und Unternehmensgrenzen beobachten. Offener Raum bringt Menschen zusammen und stärkt Teamwork und Produktivität.

Die Funktionsanforderungen umfassen jedoch nicht nur, **was das Gebäude können muss, sondern auch, wie es wirken soll.** Daraus ergibt sich ein doppelter Auftrag an die bzw. den ArchitektIn und die entworfene Form. Ein gutes Unternehmensgebäude unterstützt ein Unternehmen im Kerngeschäft und spiegelt dessen Werte wider. Da die Produktivität eines Unternehmens je nach Unternehmensart und -kultur von ganz unterschiedlichen Prozessen abhängt, gibt es auch kein Universalrezept für das ideale Unternehmensgebäude, denn: Das perfekte Gebäude ist individuell auf das Unternehmen abgestimmt. Wichtig ist jedoch, dass das zukünftige Unternehmensgebäude nicht zwingend die aktuell herrschenden Prozesse unterstützen muss, sondern jene, die das Kerngeschäft im Hinblick auf die Zukunft bestmöglich fördert. Aus diesem Grund nutzen viele Unternehmen den **Bau eines neuen Gebäudes bzw. die Sanierung von Bestandsgebäuden zur Optimierung der eigenen Kultur und Prozesse.**

Gerade in Zeiten von New Work müssen Gebäude ganz neuen Anforderungen gerecht werden. Denn während der eigene Schreibtisch im Büro als Arbeitsmittelpunkt an Bedeutung verliert, gewinnt die Kommunikation, Flexibilität und Mobilität einen immer höheren Stellenwert – für die Zusammenarbeit und auch für die Produktivität. Ein gutes Gebäude muss diese Veränderung daher **nicht nur berücksichtigen, sondern bewusst durch seine Form hervorrufen.** Ähnlich sieht es bei der Innovation aus: Aktuell geht es oft um die Frage, wie ein Raum gestaltet werden muss, um Kreativität zu unterstützen. Welche Atmosphäre atmet eine Ideenschmiede? Wie starr bzw. wie flexibel muss ein Raum gestaltet sein, um mit der Entwicklung einer Organisation Schritt halten zu können oder diese gar herauszufordern?

Vom hermetisch durch das Werkstor abgeschirmten Unternehmen, das um den Schutz seiner Betriebsgeheimnisse bemüht ist, zum offenen Unternehmen, das durch ein offenes Gebäude einen offenen Austausch fördert – diese fundamentale Veränderung wagen zurzeit viele wegweisende Unternehmen. Der größte Ausdruck dieses Veränderungsprozesses, wie auch das Veränderungsinstrument selbst, ist das Gebäude. Ein Gebäude, das offen zum Andocken ist, offen für neue Ideen und offen für alle, die Interesse haben – seien es Mitbewerber, LieferantInnen oder PassantInnen.

**Die Form – die Gestaltung von Dingen – solle sich aus ihrer Funktion, d. h. ihrem Nutzzweck ableiten, postulierte u. a. Louis Sullivan.**

### Funktion vs. Atmosphäre

Trotz ähnlicher Form erzeugen diese beiden Gebäude eine völlig unterschiedliche Atmosphäre.



## Gebäude für Menschen bauen

Für Unternehmen im „War for Talents“ ist die Wirkung von Architektur – zu der ihre Einbettung in den Kontext des Umfelds gehört – ein wichtiges Signal an die potenziellen zukünftigen MitarbeiterInnen. Der Signalauftrag an die Architektur: **wecke die Begehrlichkeit, genau hier arbeiten zu wollen.**

Facebook baute in Kalifornien am Wasser, nicht im Industriegebiet. Google in Mountain View – Headquarters Googleplex – entscheidet sich für Architektur der BIG-Bjarke Ingels Group und des Heatherwick Studios, die mit dem „konservativen Konzept“ von Wänden, Treppen und Dach aufräumen. Mit Fahrrädern kann unter den gigantischen Kuppeln direkt zum Arbeitsplatz gefahren werden. Die Architektur ermöglicht und fördert hier und löst gezielt eine erfrischende Handlung aus. Die Wirkung von Architektur entsteht bewusst und unterbewusst: Die Kleinteiligkeit und Heterogenität einer italienischen Häuserzeile erzeugt eine andere Wirkung als die Monumentalität eines Plattenbaus.

Ja nach Material, Design und Funktion kann ein Gebäude auch Botschaften zur Nachhaltigkeit übermitteln.



Das Musée du quai Branly in Paris



Windkraft Simonsfeld in Ernstbrunn



Das Holz-Hochhaus HoHo in Wien Aspern

## Nachhaltigkeit ein Gesicht geben

Architektur kann nicht nur Gefühle und Handlungen initiieren, sondern auch Einstellungen und Botschaften vermitteln. So kann ein Gebäude ein Nachhaltigkeitsstatement setzen, das z. B. über die gewählten Materialien, Energieerzeugung und Raumressourcen kommuniziert wird. Ist das Gebäude klimafreundlich gestaltet? Begrünt es den Stadtraum? Schafft es einen gesellschaftlichen Mehrwert? Wird ein Gebäude als sozial verantwortlich wahrgenommen, so überträgt sich diese Attribution auch auf das Unternehmen, das hier zu Hause ist.

**Menschen setzen sich vor allem dort ein und geben ihr Bestes, wo sie sich wohlfühlen und wiederfinden. Wenn ein Gebäude die Bedürfnisse seiner NutzerInnen erfüllt, bedingt das eine hohe Zufriedenheit und wirkt auf die Produktivität. Architektur beeinflusst also nicht nur unser Leben, sondern auch unser Handeln.**

### Kapitel 3

## Erfolgsfaktoren bester Ergebnisse

Wir dürfen annehmen, dass sich George Washington der historischen Bedeutung bewusst war, als er 1792 höchstpersönlich das Projekt „Weißes Haus“ in Washington, D.C. ins Leben rief. Obwohl er bereits eine Vision vor Augen hatte, ließ er sich von Thomas Jefferson überreden, einen Architekturwettbewerb auszurufen, um die beste Lösung zu finden. Von der Idee seines Freundes nur halb überzeugt, wählte Washington wahrscheinlich aus diesem Grund überaus unglückliche Rahmenbedingungen für den Wettbewerb:

Ausgeschrieben in einer Zeitungsanzeige mit spärlichen Vorgaben, bewarben sich lediglich neun Architekten sowie Laien für diese komplexe Aufgabe, die es in sportlichen 20 Tagen zu bewältigen galt. Wenig beeindruckt von den biedereren Entwürfen der Einreichenden, bat Washington den in Irland geborenen Architekten James Hoban, einen Versuch zu wagen. Angeregt durch Washingtons Beschreibungen, orientierte sich Hoban am Palast des Herzogs von Leinster in der Nähe von Dublin. Zufrieden mit dem Entwurf, stand für Washington das Ergebnis noch vor der Jurysitzung fest. Wie zu erwarten, war es für den Präsidenten ein Leichtes, die Laienjury von seinem Favoriten zu überzeugen.

Architektur erfordert eine **intensive Auseinandersetzung mit dem Raum und der Identität des Auftraggebers**, um die unternehmerische Persönlichkeit und dessen Anforderungen und Bedürfnisse im Gebäude erfassbar zu machen. Eine Prämisse, die bei diesem vermeintlichen Wettbewerb eindeutig nicht beachtet wurde. Wie wäre es also gewesen, wenn der Wettbewerb nach heutigen Standards ausgeschrieben worden wäre? Welchen Einfluss hätte dies auf die Außen- und Innenwirkung der USA gehabt? Welche Wirkung würde heute vermittelt werden?



Das Weiße Haus in Washington

Entstanden im Rahmen eines gezinkten Architekturwettbewerbs und rund viermal kleiner als ursprünglich geplant.

Ob die gewünschte Gebäudewirkung schlussendlich erzielt wird, hängt insbesondere von der **Qualität der Weichenstellungen in der Initiierungsphase** ab – die Grundlage für einen guten Architekturwettbewerb. Zu den wesentlichen Pfeilern, die das Projekt im Frühstadium determinieren und daher auch im Fokus unserer Wettbewerbsbetreuung stehen, zählen:



### Bedarfsplanung

Die Fähigkeit des bzw. der BauauftraggeberIn eine starke Vision zu formulieren und den Bedarf vollständig zu erfassen, um eine hohe Bestellqualität zu erlangen.



### Verfahrensauswahl und -organisation

Die Wahl des richtigen Verfahrens in Bezug auf die Aufgabenstellung und die Fähigkeit der Verfahrensorganisation, für die Anforderungen des bzw. der AuftraggeberIn das passende Verfahren zu entwickeln.



### Qualität der Vermittlung

Die Fähigkeit des bzw. der BauauftraggeberIn, den Bedarf auf den Punkt zu bringen und ihn gemeinsam mit der Verfahrensorganisation widerspruchsfrei an den bzw. die ArchitektIn zu vermitteln.



### Vorprüfung und Jury

Die Fähigkeit der VorprüferInnen und der Jury, die Anforderungen des bzw. der BauauftraggeberIn zu verstehen und die Wettbewerbsarbeiten an den Vorgaben des bzw. der AuftraggeberInnen zu messen.



### Bedarfsplanung

## Das Ergebnis kann nur so gut wie die Bestellung sein

Wenn schon der bzw. die BauauftraggeberIn nicht weiß, was er bzw. sie will, kann man auch nicht erwarten, dass es die ArchitektInnen wissen: Ohne eingehende Beschäftigung mit den eigenen Bedürfnissen hat das Planungsteam keine Grundlage, um den passenden Entwurf zu schaffen. Während ArchitektInnen ein gutes Verständnis von Raum und Ästhetik haben, können sie unmöglich wissen, wie Sie künftig Ihre Prozesse in Ihrem Unternehmen gestalten und welche Werte Sie nach außen transportieren wollen. Diesen Fragen müssen Sie im Rahmen der Bedarfsplanung zuerst selber auf den Grund gehen – am besten gemeinsam mit uns.

Hyams David:  
Construction Companion,  
Briefing. London 2001

„Bedarfsplanung ist die Frage, auf die das spätere Gebäude die Antwort ist.“

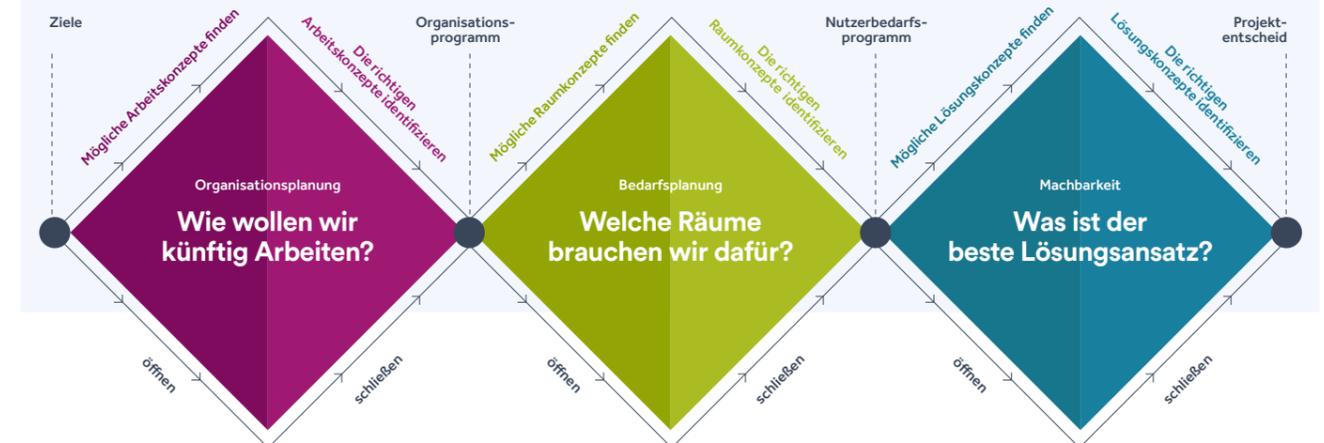
Bei der Bedarfsplanung werden durch gründliche und systematische Evaluierung die zusammenhängenden Werte und Fakten sowie die Bedürfnisse der AuftraggeberInnen-Organisation, der NutzerInnen und der betroffenen Öffentlichkeit analysiert und zusammenfassend in klare Zieldefinitionen übergeführt. Sie bestimmen den weiteren Fahrplan und stellen einen roten Faden auf dem Weg zum passenden Gebäude dar. In der Bedarfsplanung sind kulturelle, soziale, strukturelle und wirtschaftliche Ziele aus der Identität des bzw. der AuftraggeberIn abzuleiten, um den Rahmen für die Erarbeitung von Nutzungskonzepten, Raumprogrammen, Funktionsschemata oder technikbezogenen Anforderungsbeschreibungen abstecken zu können.

## Wettbewerbe geben Entscheidungssicherheit

Ein fairer, transparenter und an Ihrem Bedarf ausgerichteter Planungswettbewerb erhöht die Entscheidungssicherheit in dieser erfolgskritischen Phase. Indem verschiedene Entwürfe anhand konkreter Kennzahlen und Anforderungen verglichen und bewertet werden, stellen Sie außerdem **Nachvollziehbarkeit und frühzeitige Einbindung von Stakeholdern** sicher, die in langfristigen und budgetintensiven Immobilienprojekten von größter Bedeutung sind.

Besonders wertvoll sind Architekturwettbewerbe bei der Freilegung kreativen Potenzials: Die Einbindung verschiedener kreativer Köpfe erhöht die Chance auf unerwartete, bereichernde Lösungen, die über den eigenen Erwartungshorizont hinausreichen. **Damit laden Wettbewerbe immer auch dazu ein, die Grenzen der eigenen Vorstellungskraft zu überschreiten.**

### Bedarfsplanung in drei Zyklen



Hier beschäftigen Sie sich mit den Eigenschaften, die Ihre Arbeit künftig prägen werden, um erfolgreich zu sein.

Wenn Sie wissen, wie Sie künftig arbeiten werden, können Sie sich auf die Suche nach den passenden Anforderungen der Räume für diese Arbeit machen.

Hier untersuchen Sie, ob es eine Sanierung, ein Neubau oder eine Organisationsentwicklungsmaßnahme wird, legen Budget, Zeit- und Qualitätsrahmen fest und definieren Ihre Erwartungen an den Wettbewerb.

Auch wenn hier nur auszugsweise und beispielhaft dargestellt: Diese Themen sollten jedenfalls Teil einer Bedarfsplanung sein.



**IMPULSE FÜR DIE GESTALTUNG**

Hier wird mittels Moodboard bildlich die Identität des Unternehmens dargestellt – Ableitungen für Konzept und Materialität sind willkommen.

**ZIELE**

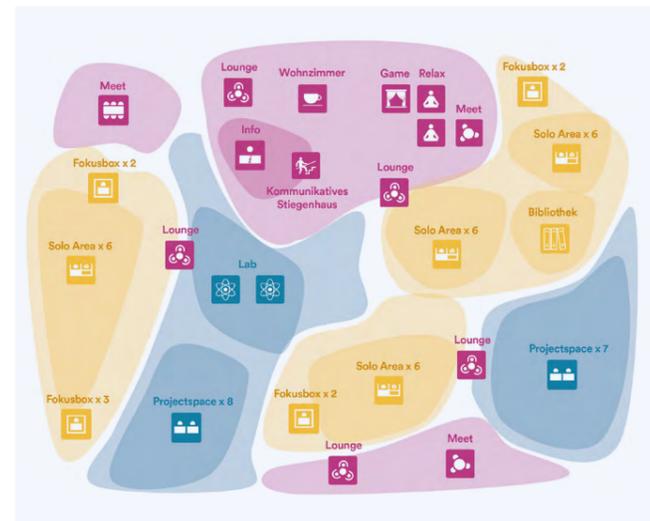
Darstellung der Ziele, die der bzw. die AuftraggeberIn mit dem Gebäude bezweckt.

**ZIELE GESAMTGEBÄUDE**

**Bescheidenheit**  
Mit Zurückhaltung und Bescheidenheit gehen wir an die Sache heran.  
„Living well, within the limits of our planet.“

**Agilität & PerFORMance**  
Wir schaffen einen Ort der Begegnung, der den Austausch zu unseren Themenfeldern fördert.

**ZIELE NEUE ARBEITSWELT**



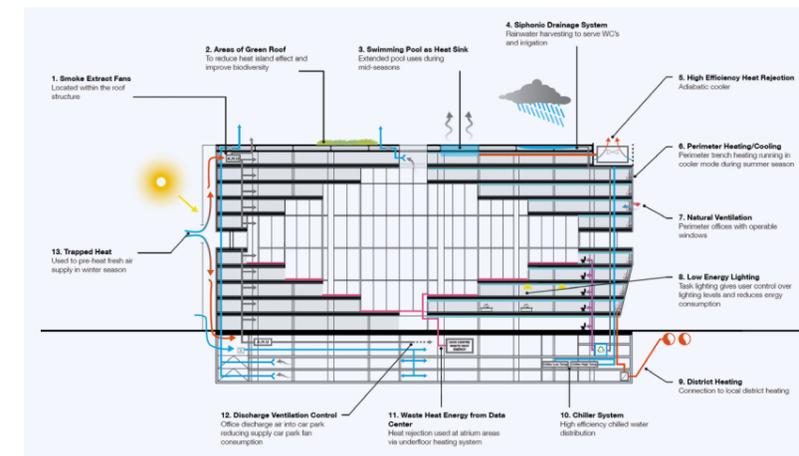
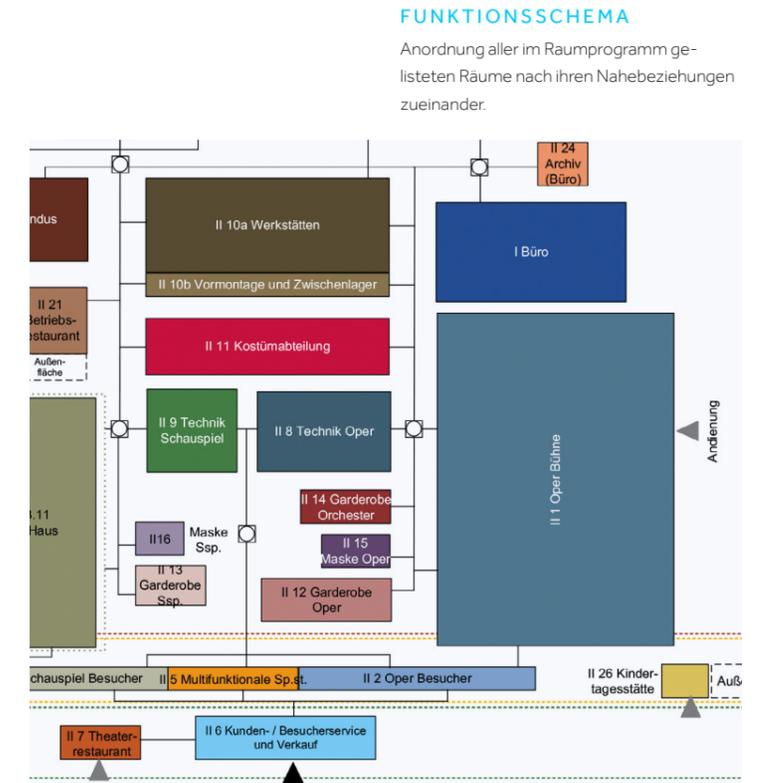
**RAUMKONZEPT**

Hier wird dargestellt, welche Raumprinzipien den Arbeitsprozess unterstützen und welche Raummuster, Zonierungen, Abfolgen und Grade der Flexibilität für den Kernprozess benötigt werden.

**ES WIRD KONKRETER**

Listung aller erforderlichen Räume mit Flächen und Beschreibung – hier aggregiert auf Funktionsebenen.

lfd. Nr.	Bezeichnung	SOLL NF m²
II 1	Oper Bühne	14.240
II 2	Oper Besucher	985
II 3	Schauspiel Bühne	8.065
II 3a	Werkraumbühne	1.230
II 4	Schauspiel Besucher	805
II 5	Multifunktionale Spielstätte	545
II 6	Besuchereingang und Service	1.407
II 7	Theaterrestaurant	480
II 8	Technik Oper	1.900
II 9	Technik Schauspiel	1.365
II 10a	Werkstätten	4.270
II 10b	Vormontage und Zwischenlager	940
II 11	Kostümabteilung	2.446
II 12	Garderobe Oper	1.030
II 13	Garderobe Schauspiel	500
II 14	Garderobe Orchester	495
II 15	Maskenbilderei Oper	409
II 16	Maskenbilderei Schauspiel	285
II 17	Gästetrakt / -wohnungen	535
II 18	Probeküchen	1.787
II 19	Probe Orchester	705
II 20	Probe Chor	288
II 21	Betriebsrestaurant	900
II 22	Gebäudemanagement	1.145
II 23	Pforte / Ver- und Entsorgung	415
II 24	Archiv (Büro)	470
II 25	Fundus, Lager allgemein	1.945
II 26	Betriebskindergarten	280
Σ II	zentrale Sonderflächen	49.861



**BAU- UND AUSSTATTUNGSQUALITÄT**

Beschreibung der Bau- und Ausstattungsqualitäten, der Nachhaltigkeitskriterien, des NutzerInnenkomforts, Vorgaben an Baustoff- und Materialeinsatz, Energieverbräuche und Emissionen etc.



## Verfahrensauswahl

# Ein breites Spektrum an Möglichkeiten

**Welches Verfahren zur Anwendung kommt, ist von gesetzlichen Vorgaben, Umfang und Komplexität der Aufgabenstellung sowie von Wünschen und Anforderungen des bzw. der AusloberIn abhängig. In diesem Kapitel geben wir Ihnen einen Überblick über gängige Wettbewerbsarten und deren Spezifika, die Sie bei der Wahl des passenden Formats unterstützen.**

**Zur Definition der Wettbewerbsart werden diese Zuordnungen untereinander beliebig kombiniert: Bsp. mehrstufiger beschränkter Realisierungswettbewerb.**

## Wettbewerbsziel



**Realisierungswettbewerbe** dienen der Auslotung der planerischen Möglichkeiten für die Realisierung eines Projekts auf Basis einer fest umrissenen Aufgabenstellung mit spezifischen Leistungsanforderungen. Sie zielen also darauf ab, die optimale Lösung für ein konkretes Vorhaben zu ermitteln. Zur Einlösung des Auftragsversprechens folgt im Anschluss an den Wettbewerb die Vergabeverhandlung, die in eine Beauftragung mündet.

**Ideenwettbewerbe** dienen der Einholung konzeptioneller Ideen und Vorschläge zur Lösung einer Aufgabe. Sie eignen sich zur Identifizierung übergeordneter Planungsansätze und Leitlinien. Da eine Realisierungsabsicht noch nicht unmittelbar besteht, ist der Wettbewerb nicht an ein Auftragsversprechen geknüpft. Aus diesem Grund liegen die ausgelobten Preisgelder höher als bei Realisierungswettbewerben üblich.

## TeilnehmerInnenauswahl



An einem **offenen Wettbewerb** können alle Personen teilnehmen, die die gestellten fachlichen und persönlichen Anforderungen erfüllen und der öffentlichen Einladung zur Teilnahme folgen. Deshalb bergen offene Verfahren, da sie keine Beschränkung der TeilnehmerInnenzahl kennen, ein besonders großes kreatives Potenzial. Da die Zahl der eingereichten Wettbewerbsarbeiten nicht absehbar ist, kann bei Vorprüfung und Juryentscheid allerdings ein erhöhter Ressourceneinsatz erforderlich werden.

**Nicht-offene/Beschränkte Wettbewerbe** fordern zwar öffentlich zur Bewerbung auf, schränken den potenziellen TeilnehmerInnenkreis allerdings durch zu erbringende Nachweise bzw. definierte (Eignungs- und Auswahl-) Kriterien von vornherein auf eine bestimmte Anzahl ein. Zur Abgabe einer Wettbewerbsarbeit werden nur jene BewerberInnen aufgefordert, die das Auswahlverfahren erfolgreich gemeistert haben. Dadurch ist sichergestellt, dass die TeilnehmerInnen über ein bestimmtes Eignungs- und Erfahrungsniveau verfügen und eine spezifische Bearbeitungstiefe bieten können, was insbesondere komplexeren Aufgabenstellungen zugutekommt. Aufgrund des Auswahlverfahrens nimmt das Verfahren jedoch mehr Zeit in Anspruch.

**Geladene Wettbewerbe**, die von privaten und im Unterschwellenbereich auch von öffentlichen AuftraggeberInnen ausgelobt werden können, zeichnen sich durch Einladung von im Vorfeld ausgewählten, geeigneten TeilnehmerInnen aus. Das hat eine besondere Überschaubarkeit und vereinfachte Kommunikation zur Folge. Das eingeschränkte TeilnehmerInnenfeld macht die Chancen auf einen Gewinn berechenbarer. Die Bereitschaft zur Teilnahme ist dementsprechend deutlich höher als auch die Bereitschaft, Leistung und Ressourcen zu investieren.

## Verfahrensablauf



Was in Österreich als mehrstufig bezeichnet wird, nennt man in Deutschland mehrphasig: Es sind Verfahren, bei denen die Lösung der Aufgabenstellung in aufeinanderfolgenden Wettbewerbsrunden gefunden wird. In der ersten Stufe/Phase wird ein offener Wettbewerb durchgeführt, der die besten Lösungsansätze zu Tage fördert. Auf Basis dieser Entwürfe erfolgt die Auswahl der TeilnehmerInnen für die zweite, nicht-offene Stufe/Phase durch das Preisgericht, das über alle Stufen/Phasen gleich bleibt. Ob ein Wettbewerb ein- oder mehrstufig/-phasig geführt wird, hängt im Wesentlichen von der Komplexität der gestellten Aufgabe ab.

## Klassifizierung der Wettbewerbstypen nach TeilnehmerInnenauswahl

auf Basis Vergabewegweiser Kammer der Architekten und Ingenieurkonsulenten für Wien, Niederösterreich und Burgenland



### Qualität der Vermittlung

## Auf den Punkt gebracht

Ein Wettbewerb ist nur so gut wie seine Aufgabenstellung: Ein **exaktes Briefing ist daher essenziell**, um die Anforderungen des bzw. der AuftraggeberIn angemessen an die TeilnehmerInnen zu kommunizieren. Das Briefing bzw. die Aufgabenstellung muss daher alle wettbewerbsrelevanten Punkte, die bereits in der Bedarfsplanung definiert wurden, in PlanerInnen-Sprache auf den Punkt bringen. Hier tritt die Verfahrensorganisation in die Rolle der Übersetzerin.

Die Verfahrensorganisation muss das WOZU des Gebäudes in der Aufgabenstellung greifbar machen und abwägen, welche Informationen in der Wettbewerbsstufe relevant und von Bedeutung sind. Sie muss zudem den schmalen Grat zwischen konkreter und abstrakter Anforderung abschätzen, sodass:

- ✓ dem PlanerInnen-Team soviel kreativer Freiraum wie möglich gewährt wird,
- ✓ jedoch gleichzeitig alle Anforderungen hinsichtlich Gebäudequalität und Funktionalität

etc. erfüllt sind.

Der bzw. die VerfahrensorganisatorIn verantwortet die Vollständigkeit der Aufgabenstellung. Eine gute Aufgabenstellung besteht, genau wie eine gute Bedarfsplanung, nicht nur aus Zahlen, Daten und Fakten, sondern auch aus Atmosphären, Werten und Emotionen.

### Unsere Struktur der Auslobungsunterlagen orientiert sich an den Bausteinen der Bedarfsplanung und umfasst:

- Verfahrensbestimmungen
- Organisation und Zielsetzung des bzw. der AuftraggeberIn
- Rahmenbedingungen von Standort und Prozess
- Anforderungen an die Gebäudequalität
- Gestaltung (Moodboards)
- Funktionalität (Raumprogramme und Funktionsschemata)
- Ökonomie (Investitions- und Folgekosten)
- Konstruktion und Technik (Bau- und Ausstattungsqualitäten)
- Soziokulturelle und ökologische Vorgaben (Komfort, Emissionen, Baustoffe)
- Formblätter und Beilagen



#### Projektbeispiel adidas

Eine gute Aufgabenstellung besteht nicht nur aus Zahlen, Daten und Fakten, sondern auch aus Atmosphären, Werten und Emotionen.



## Vorprüfung und Jury

# Den Beitrag mit dem besten Potenzial finden

**Egal welcher Verfahrensart Sie den Vorzug geben: Zur Vorbereitung der Juryentscheidung prüft und analysiert die Vorprüfung die eingereichten Wettbewerbsarbeiten und sorgt damit für einen reibungslosen Ablauf der Jurysitzung.**

Die Wettbewerbsarbeiten werden formal auf fristgerechte Einreichung, Vollständigkeit, Anonymität sowie Einhaltung zwingender Kriterien geprüft und der Erfüllungsgrad der qualitativen und quantitativen Anforderungen beschrieben. Die Ergebnisse werden in Form eines Vorprüfberichts aufbereitet. Dies ermöglicht den Jurymitgliedern einen schnellen, wertungsneutralen und umfassenden Überblick über entscheidungsrelevante Aspekte sowie die Differenzierungsmerkmale der Wettbewerbsarbeiten.

### Projektbeispiel Axel Springer SE

Symbolträchtiges Juryzelt: Genau dort, wo das geplante Gebäude heute steht, wurde ein Zelt für die Vorprüfung errichtet. Hier konnten die Jurymitglieder mitten in Berlin die Entwürfe begutachten und sich direkt Vorort ein Bild der Lage machen



### Unsere Vorprüfung umfasst qualitative und quantitative Kriterien, die auf die jeweilige Aufgabenstellung abgestimmt sind, beispielsweise:

- Berücksichtigung städtebaulicher und baulicher Rahmenbedingungen
- Erschließung und Logistik
- Funktionale Lösung
- Nachhaltigkeit und Energieeffizienz (Energiebedarf/ Energieverbrauch, Komfort, Haustechnikkonzept)
- Wirtschaftlichkeit (Flächenverbrauch, Investitionskosten, Lebenszykluskosten)
- Ermittlung und Vergleich von Kennzahlen

Nur so schaffen wir eine übersichtliche Struktur, die die eingereichte Lösung objektiv und im Gesamtbild aller Wettbewerbsbeiträge vergleichbar macht und sicherstellt, dass Fach- und SachpreisrichterInnen optimal unterstützt werden.

### Die Jury

Als Verfahrensorganisation helfen wir auch, eine geeignete Jury zu wählen. Diese verantwortungsvolle Aufgabe braucht viel Fingerspitzengefühl. Es gilt, ExpertInnen für alle Bereiche der Aufgabenstellung zu finden. Darüber hinaus braucht es FachpreisrichterInnen, die ein offenes Ohr für die Anforderungen des bzw. der BauauftraggeberIn haben und die bereit sind, sich auch auf einfache Fragen einzulassen und ihr Wissen verständlich zu teilen. Eine gute Jury muss in der Lage sein, den bzw. die fachlich unversierten AuftraggeberIn auf eine Reise durch die Wettbewerbsbeiträge mitzunehmen und die Vor- und Nachteile verständlich darzulegen.

Durch eine gute und ganzheitliche Vorbereitung werden die SachpreisrichterInnen – meist Mitglieder der AuftraggeberInnen-Organisation – dazu befähigt, auf Augenhöhe mit den FachpreisrichterInnen zu diskutieren. Genauso kann es wichtig sein, dass ExpertInnen bzw. SpezialistInnen dabei sind, um Fachaspekte zu erläutern oder Konsequenzen von Entscheidungen aufzuzeigen.

Als Verfahrensorganisation sorgen wir durch einen gemeinsamen Start für gegenseitiges Vertrauen und eine ungewollte Kommunikation. Zu Beginn sollte der bzw. die AusloberIn, ergänzend zum Briefing, noch einmal persönlich auf den Punkt bringen, was ihm wichtig ist – er sollte also das große WOZU abstecken und so einen Rahmen für die Bewertung aufspannen.

Nachdem der Vorsitz gewählt ist, führt dieser durch den Prozess. Auf dem Weg zur Entscheidung stehen wir dem bzw. der BauauftraggeberIn beratend zur Seite und unterstützen ihn bzw. sie mit für die Aufgabenstellung relevanten Daten und Fakten für eine fundierte Entscheidungsfindung. Eine Entscheidung, die alle zuvor als wichtig definierten Aspekte berücksichtigt: Aspekte des Städtebaus, der Ästhetik, der Funktionalität und der Nachhaltigkeit. So wird das beste Ergebnis durch einen Austausch auf Augenhöhe ermittelt.

**Vielfältige Blickwinkel und Meinungen und eine Entscheidungsfindung, die alle berücksichtigt – das zeichnet eine gute Jurysitzung aus.**



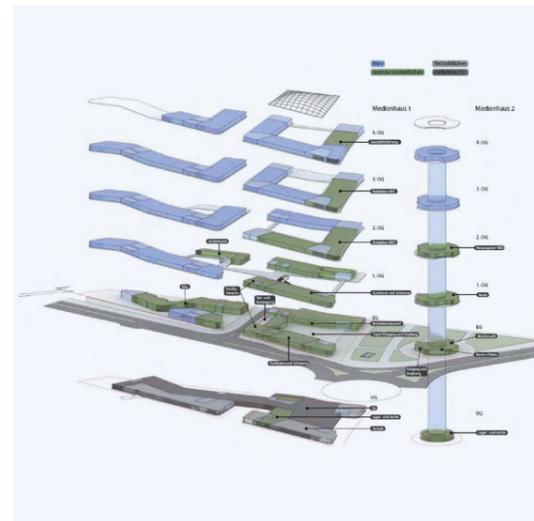
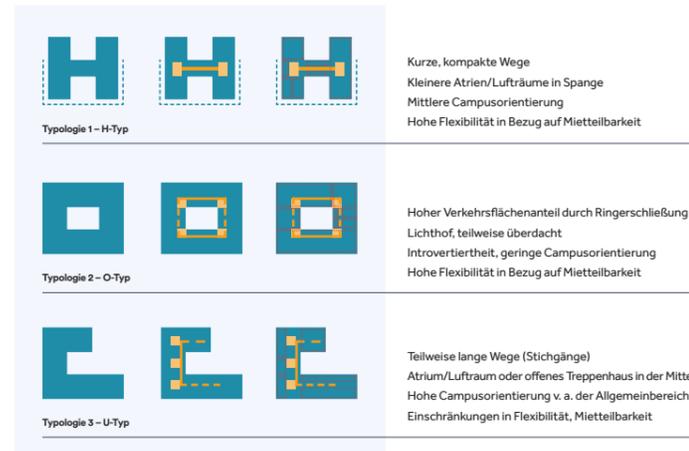
**Gute Briefing- und Wettbewerbsunterlagen sorgen für einen Diskurs auf Augenhöhe – eine maßgebliche Voraussetzung, um den besten Entwurf zu ermitteln.**



Die Themen der Vorprüfung sind vielfältig und richten sich nach den Anforderungen des bzw. der AuftraggeberIn. Sie zeigen die quantifizierbaren und qualifizierbaren Unterschiede der einzelnen Einreichungen. Während Kostenschätzungen die Leistbarkeit der Entwürfe zeigen, so geben Qualitätskategorien Aufschluss über Funktionen und Nachhaltigkeit. Eine gute Vorprüfung ist maßgebliche Grundlage für eine faire und ganzheitliche Diskussion in der Jury.

### TYPOLOGIE

Unterschiedliche Herangehensweisen haben eventuell bestimmte immanente Vor- bzw. Nachteile. Diese können an einer Typologie diskutiert werden, treten aber bei allen vergleichbaren Wettbewerbsbeiträgen auf, z. B. der Vergleich einer H-Struktur mit einer Blockrandbebauung.

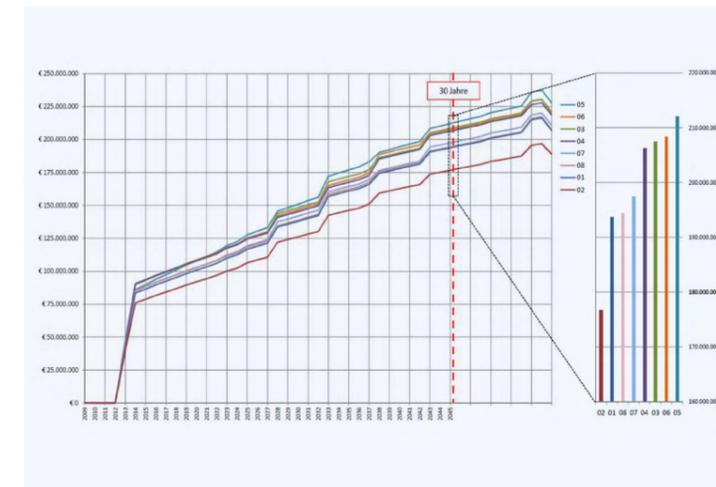


### NUTZUNGSKONZEPT

Die Einhaltung zentraler Vorgaben für das Kerngeschäft wie die Maschinenaufstellungen für die Produktion, Prinzipien für die Zusammenarbeit aus dem Bürokonzept oder die Zonierung von Bildungsclustern zur Unterstützung des pädagogischen Konzeptes bei Schulen werden hier dargestellt.

### LEBENSZYKLUSKOSTEN

Im Rahmen von Wettbewerben können erste Aussagen nicht nur zu den Investitions-, sondern auch zu den Folgekosten abgeschätzt werden. Vor allem Kosten, die aus entwurfsmmanenten Elementen kommen, sind in dieser Phase relevant. Hier geht es um eine Aussage zur Budgetkonformität und darum, dem bzw. der AuftraggeberIn Entscheidungssicherheit zu geben.



Medienhaus 1		m²	Prg.fl.	Vorprüfung	
MK1u2 I	Büro	NF	11.600	11.566	100%
MK1u2 I 1	Bürobereich	NF	9.940	9.263	93%
MK1u2 I 2-5	Bürosonderfläche	NF	416	508	122%
MK1u2 I 6	Kern	NF	1.244	1.795	144%
MK1u2 II	zentrale Sonderflächen	NF	8.066	9.928	123%
MK1u2 II 1	Eingang und Empfang	NF	320	1.250	391%
MK1u2 II 2	Konferenz und Schulung	NF	1.345	1.311	97%
MK1u2 II 3	Betriebsrestaurant	NF	900	842	94%
MK1u2 II 4	Lager/ Archiv	NF	750	1.002	134%
MK1u2 II 5	Technikräume IT	NF	140	153	109%
MK1u2 II 6	Facility Services	NF	430	419	97%
MK1u2 II 7	Ver- und Entsorgung	NF	160	378	236%
MK1u2 II 8	Sozialräume	NF	125	192	154%
MK1u2 II 9	Redaktion WAZ	NF	1.813	2.087	115%
MK1u2 II 10	Redaktion NRZ	NF	608	765	126%
MK1u2 II 11	Kindertagesstätte	NF	825	885	107%
MK1u2 II 12	Geschäftsführung	NF	650	644	99%
MK 1u2 I + II		NF	19.666	21.494	109%
MK1u2 III	Technikflächen	TF	900	902	100%
MK1u2 IV	PKW Stellplätze	VF	3.600	2.706	75%
MK1u2 I - IV	Programmfläche	Prg.fl.	24.166	25.102	104%

### NACHHALTIGKEITSKRITERIEN

Hier werden die Ergebnisse von Prüfungen zu einzelnen Nachhaltigkeitskriterien dargestellt. Dies können Berechnungen zu Energieverbrauch oder Emissionen sein, aber auch die Qualität der natürlichen Belichtung.



### KENNWERTE ZUM VERGLEICH

Hier werden die wesentlichen quantitativen Parameter zu Flächen- oder Kostenwirtschaftlichkeit über alle Wettbewerbsbeiträge zusammenfassend dargestellt.

## Kapitel 4

# Aus der Praxis: Wie M.O.O.CON Wettbewerbe erfolgreich macht

### Beispiel 1

## Radikalität als Programm: Neubau des Headquartiers von Axel Springer SE in Berlin

AUSLOBER_IN Axel Springer SE	STANDORT Berlin	JAHR 2013	DAUER 8 Monate
VERFAHREN nicht-offener, zweistufiger/-phasiger Realisierungswettbewerb	AP   BGF 3.500   52.000 m <sup>2</sup>	LEISTUNG M.O.O.CON Bedarfsplanung, Wettbewerbsbetreuung inkl. Vorprüfung	PROJEKTLEITUNG Michael Wiebelt

### AuftraggeberIn

Konsequente Internationalisierung und Digitalisierung machten den **Axel Springer Verlag** zu einer der **führenden Digital Companies Europas**. Präsenz in mittlerweile mehr als 40 Ländern und unstillbarer Innovationsdrang garantieren auch zukünftig Wachstum: Der Aufbau eines renditestarken Digitalportfolios gehört dabei ebenso zur Konzernstrategie wie die offensive Vernetzung mit Start-ups und der Gründerszene. Weiter steht die Akquisition aussichtsreicher Digitalunternehmen im Fokus.

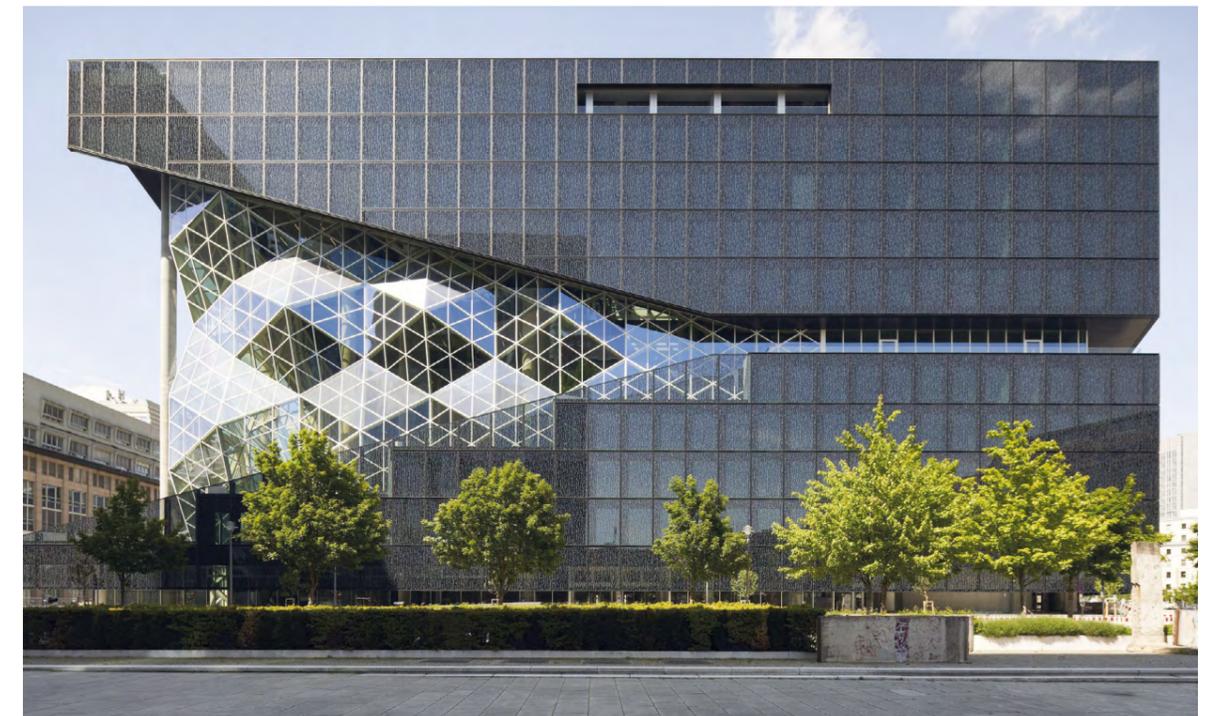
### Aufgabenstellung und Ziele des Wettbewerbs

Die Architektur des Neubaus des Axel Springer Headquartiers in Berlin sollte **Vision und Identität des Unternehmens** durchgängig kommunizieren und die **radikale Neuausrichtung vom Printverlag zur Digital Company** gegenüber MitarbeiterInnen, PartnerInnen und Öffentlichkeit transparent machen. Grundlegende Aufgabe des Architekturwettbewerbs war es daher, Lösungsvorschläge für ein **wegweisendes, innovatives und visionäres Gebäude** einzuholen und **einen bzw. eine ArchitektIn zu identifizieren, der bzw. die die geforderte Radikalität denken und umsetzen kann**.



Mathias Döpfner,  
CEO Axel Springer SE

„Das Gebäude soll nicht nur überwältigend schön sein, sondern auch der Frage nachgehen: Was bedeutet Materie in einer entmaterialisierten Medienökonomie? Was bedeutet ein Büro in einer mobilen Arbeitswelt, die Büros eigentlich nicht mehr braucht?“



### Ein starkes Statement

Der Neubau von Rem Koolhaas in Berlins Mitte

### Wettbewerb und Ablauf

Um diese Ziele zu erreichen, wurden die  **kreativsten Köpfe der internationalen Architekturszene** dazu eingeladen, unkonventionelle und bahnbrechende Entwürfe einzureichen.

Der ausgelobte **zweistufige, nicht-öffentliche Realisierungswettbewerb** (nach RPW 2013) sah eine Ideen- und Realisierungsphase vor: Die **Ideenphase** sollte den ArchitektIn-

nen Freiraum geben und stellte sie vor die Herausforderung, die Aufgabenstellung akkurat und zugleich auf das Wesentlichste reduziert zu kommunizieren.

Aus den eingereichten Entwürfen ermittelte das Preisgericht fünf Beiträge, die in der anschließenden **Realisierungsphase** konkretisiert wurden.



Unser Erfolgsbaustein

## Vermittlung der Aufgabenstellung

SCHON DAS GOLDENE HOCHHAUS TRANSPORTIERT EIN STARKES STATEMENT

So ist hier in Marmor das folgende Zitat eingraviert: „Wenn wir in die Kochstraße gegangen sind, dann gingen wir nicht nur in das historische Zeitungsviertel von Berlin, sondern auch einen Weg nach Deutschland. Es lohnt sich nicht, auf dieser Welt hohe Häuser zu bauen, wenn man nicht eine Idee hat, die größer ist, als wir es selbst sind. Freiheit für alle Deutschen in einem Vaterland mit der rechtmäßigen Hauptstadt Berlin inmitten eines friedlichen Europas.“



### „BE RADICAL“

Das eigens für den Wettbewerb produzierte Video erzählt die Geschichte des Unternehmens, erklärt den historischen Standort, die Unternehmenswerte und Wettbewerbsziele. Es unterstreicht die Forderung nach Schönheit wie Radikalität und ist eine wichtige Inspirations- und Informationsquelle, die mit einem rein technischen Text kaum zu vermitteln wäre.

### KICK-OFF VERANSTALTUNG IM „GOLDENEN HOCHHAUS“

Auf dem Bild: Axel Springer CEO Mathias Döpfner und einige TeilnehmerInnen des Wettbewerbs.



Eine Besonderheit des Wettbewerbs bestand in der **heterogenen Zusammenstellung des TeilnehmerInnenfelds**: Zu den insgesamt 22 geladenen internationalen Architekturbüros zählten sowohl renommierte als auch aufstrebende Avantgarde-Unternehmen. Da die Vermittlung der Aufgabenstellung einen **starken Einfluss auf die Ergebnisqualität** nimmt, wurden die Wettbewerbsunterlagen im Rahmen einer **Kick-Off-Veranstaltung im „Goldenen Hochhaus“** von Berlin an die TeilnehmerInnen übergeben. Dadurch entstand ein direkter Austausch zwischen Auslober und ExpertInnen, der ein **tiefere Verständnis von der Identität und den Anforderungen des Bauauftraggebers** erzeugte und radikalere Lösungen verlangte. Die Veranstaltung brachte außerdem eine besondere Wertschätzung für die kreativ-planerischen Leistungen der geladenen Büros zum Ausdruck.

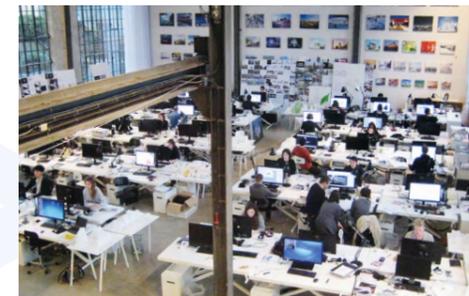


Unser Erfolgsbaustein

## Interaktive Entscheidungsfindung

WORKSHOPS IN ROTTERDAM, PEKING UND KOPENHAGEN

In Workshops mit den drei FinalistInnen werden Details erläutert, Variantenbetrachtungen durchgeführt und eine mögliche Zusammenarbeit ausgetestet.



Die Ergebnisse dieser Auseinandersetzung ließen das Pendel schließlich zugunsten des Konzepts von Rem Koolhaas ausschlagen.

Um den ArchitektInnen das bestmögliche Gefühl für die Aufgabenstellung und den Auftraggeber zu geben, setzte die Axel Springer SE gemeinsam mit M.O.O.CON auf Kommunikation und Interaktion mit den EntwurfsteilnehmerInnen. Von der persönlichen Vermittlung der Aufgabenstellung mit einer Videobotschaft, dem Kolloquium mit gemeinsamem Mittagessen und Besichtigungstour des Verlags, dem persönlichen Briefing der EntwurfsteilnehmerInnen der zweiten Runde, der Vorstellung der Entwürfe durch die ArchitektInnen bis hin zur Vorbereitung der Auswahl des Siegerprojekts mittels Workshops mit den FinalistInnen – der Prozess war stets geprägt durch Interaktion und Wertschätzung.

**PreisträgerInnen**

Zentraler Bestandteil dieses Entwurfs ist ein Luftraum in Form eines 30 Meter hohen Atriums, das sich zum bestehenden Axel-Springer-Haus hin öffnet. Variabel miteinander zu verbindende Terrassenflächen erschaffen dabei eine informelle und kommunikative Arbeitswelt mit vielfältigen Blickbezügen. Das Erdgeschoss mit Coworking-Zonen und Gastronomiebereichen fördert zudem den öffentlichen Austausch und schafft Raum für Unternehmen und Start-ups, die an den Verlag andocken möchten. Damit bietet der Entwurf die Möglichkeit zur intensiven analogen Vernetzung, die im Kern des kulturellen Transformationsprozesses und der Digitalisierungsstrategie des Unternehmens steht.



**DER FÜR DIE REALISIERUNG AUSGEWÄHLTE BEITRAG**

Rem Koolhaas, Rotterdam

**DIE WEITEREN PREISTRÄGER\_INNEN**

Buro Ole Scheeren, Peking



BIG-Bjarke Ingels Group, Kopenhagen



**EIN AUSZUG DER VIELFÄLTIGEN IDEEN UND KONZEPTE IN PHASE 1**

J.MAYER.H und Partner, Architekten mbB, Berlin

Sou Fujimoto Architects, Tokio



raumlabor berlin, Berlin



Paulo Mendes da Rocha, São Paolo

Allmann Sattler Wappner - Architekten GmbH, München

## Beispiel 2

# Großprojekt mit Vorbildcharakter: Die neue Zentrale der Wiener Netze Smart Campus Wien-Simmering

AUSLOBER\_IN  
**Wiener Netze GmbH**

STANDORT  
**Wien**

JAHR  
**2011**

DAUER  
**9 Monate**

VERFAHREN  
**EU-weiter, zweistufiger Realisierungswettbewerb**

AP | BGF  
**1.300 | 85.000 m<sup>2</sup>**

LEISTUNG M.O.O.CON  
**Bedarfsplanung, Wettbewerbsbetreuung inkl. Vorprüfung, Projektmanagement**

PROJEKTLEITUNG  
**Bernhard Herzog**



**Energieeffizienz auf höchstem Niveau**  
Der Smart Campus der Wiener Netze.

## AuftraggeberIn

Als **größter Kombinetzbetreiber Österreichs** versorgen die Wiener Netze 1,2 Mio. KundInnen im Großraum Wien mit Strom, Gas, Fernwärme und Daten. Dabei zeichnet das Unternehmen, das im Eigentum der Wiener Stadtwerke steht, mit 2.500 MitarbeiterInnen für Betrieb und Instandhaltung von rund 30.000 km Energie- und rund 2.000 km Glasfasernetz verantwortlich.

## Aufgabenstellung und Ziele des Wettbewerbs

Mit einer neuen Unternehmenszentrale wollten die Wiener Netze ein noch nie erlebtes Wir-Gefühl schaffen, das aufgrund zahlreicher, teils sanierungsbedürftiger und breit verteilter Standorte auf der Strecke geblieben war. Eine Trennung der Sparten Netzbetrieb und Energieversorgung infolge der Änderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen verlieh der Umsetzung eines **neuen, identitätsstiftenden Zuhauses** eine zusätzliche Dringlichkeit.

Ziel des ausgelobten Wettbewerbs war es daher, Büro- und Werkstattbereiche als Ausdruck der grundlegenden organisatorischen und kulturellen Neuausrichtung räumlich zusammenrücken zu lassen und ein **smartes Gebäude** zu entwickeln, das in puncto Energieeffizienz, intelligente Gebäudeautomatisierung und Steuerung beispielgebend wirkt. Dazu erarbeitete M.O.O.CON mit dem Auftraggeber einen detaillierten und anspruchsvollen Anforderungskatalog, der u. a. einen geringen Primärenergiebedarf sowie Energieeinsatz im Gebäudebetrieb sicherstellen sollte. Damit konnte letztlich auch das Ziel, mit dem Smart Campus das **größte Gebäude im Passivhausstandard** umzusetzen, erreicht werden.

## Wettbewerb und Ablauf

Vor diesem Hintergrund wurde ein **zweistufiger Realisierungswettbewerb** ausgelobt: Dabei stand Stufe 1 ganz im Zeichen der Ermittlung grundsätzlicher und hinreichend deutlicher Erstkonzepte, während sich Stufe 2 der Bewertung der Entwürfe hinsichtlich ihrer städtebaulichen, baukünstlerischen und funktionalen Lösung sowie ihrer Performance in den Bereichen Energieeffizienz, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit widmete. Ziel war die Findung eines **GeneralplanerInnen-Teams**.

An Stufe 1 nahmen insgesamt 33 Architekturbüros teil, von denen acht in Stufe 2 aufrückten.

## WIR-GEFÜHL UND NACHHALTIGKEIT

Wir-Gefühl und Nachhaltigkeit: Das Siegerprojekt von Holzbauer und Partner erfüllte die Vision des Wiener Netze Managements am besten. Seit August 2016 arbeiten rund 1.400 MitarbeiterInnen in der neuen Unternehmenszentrale.

Renderings von Holzbauer und Partner ZT GmbH, Wien



## Gewinner

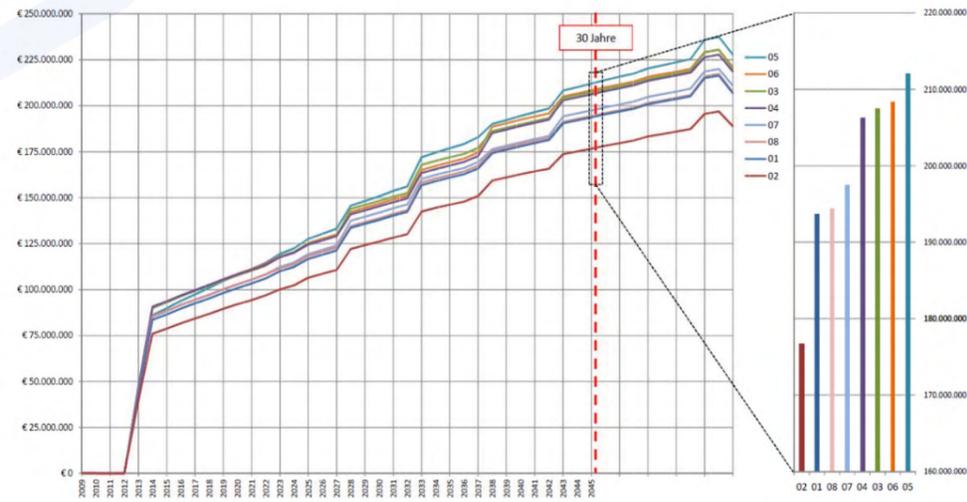
Der Entwurf des Wiener Büros Holzbauer und Partner ZT GmbH entschied den Wettbewerb für sich. Die Lösung bringt erstmals administrative und technische MitarbeiterInnen zusammen, die im Unternehmen traditionell räumlich klar getrennt voneinander arbeiteten. Eine das Hauptgebäude komplett durchziehende und verbindende „Magistrale“ schafft nicht nur eine Erweiterung des Blickfelds, sondern auch neue Kommunikationszonen, die Begegnungen ermöglichen. Somit entsteht ein Standort, der das neue Wir-Gefühl unterstreicht und offensiv transportiert.



Unser Erfolgsbaustein

# Nachhaltigkeit und Lebenszyklus

M.O.O.CON betreute den ausgelobten Wettbewerb vollumfänglich und entwickelte auch die detaillierten und nachhaltigen Vorgaben an die Bau- und Ausstattungsqualität. Der Wettbewerb war als GeneralplanerInnen-Wettbewerb ausgeschrieben, da **nachhaltige Projekte von Anfang an interdisziplinär zu denken** sind. Neben den üblichen Aufgaben waren in Phase 2 auch detaillierte Konzepte zur technischen Gebäudeausrüstung gefordert. Deren Machbarkeit wurde im Rahmen der Vorprüfung getestet. Die **Energieverbräuche wurden berechnet und gegenübergestellt**.



Die in Phase 2 entstandenen Entwürfe unterzog M.O.O.CON einer umfangreichen Lebenszyklusbetrachtung.

Hochregallager in der Logistikkette

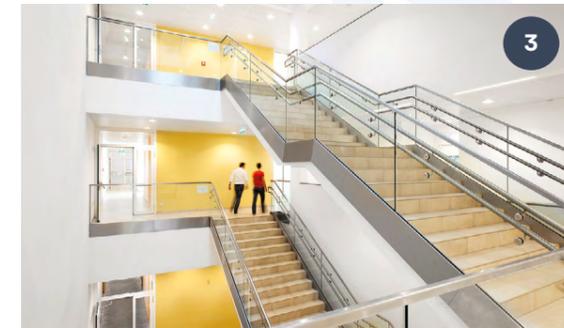


1

In Workflow und Gebäude integrierte Autowerkstatt



2



3

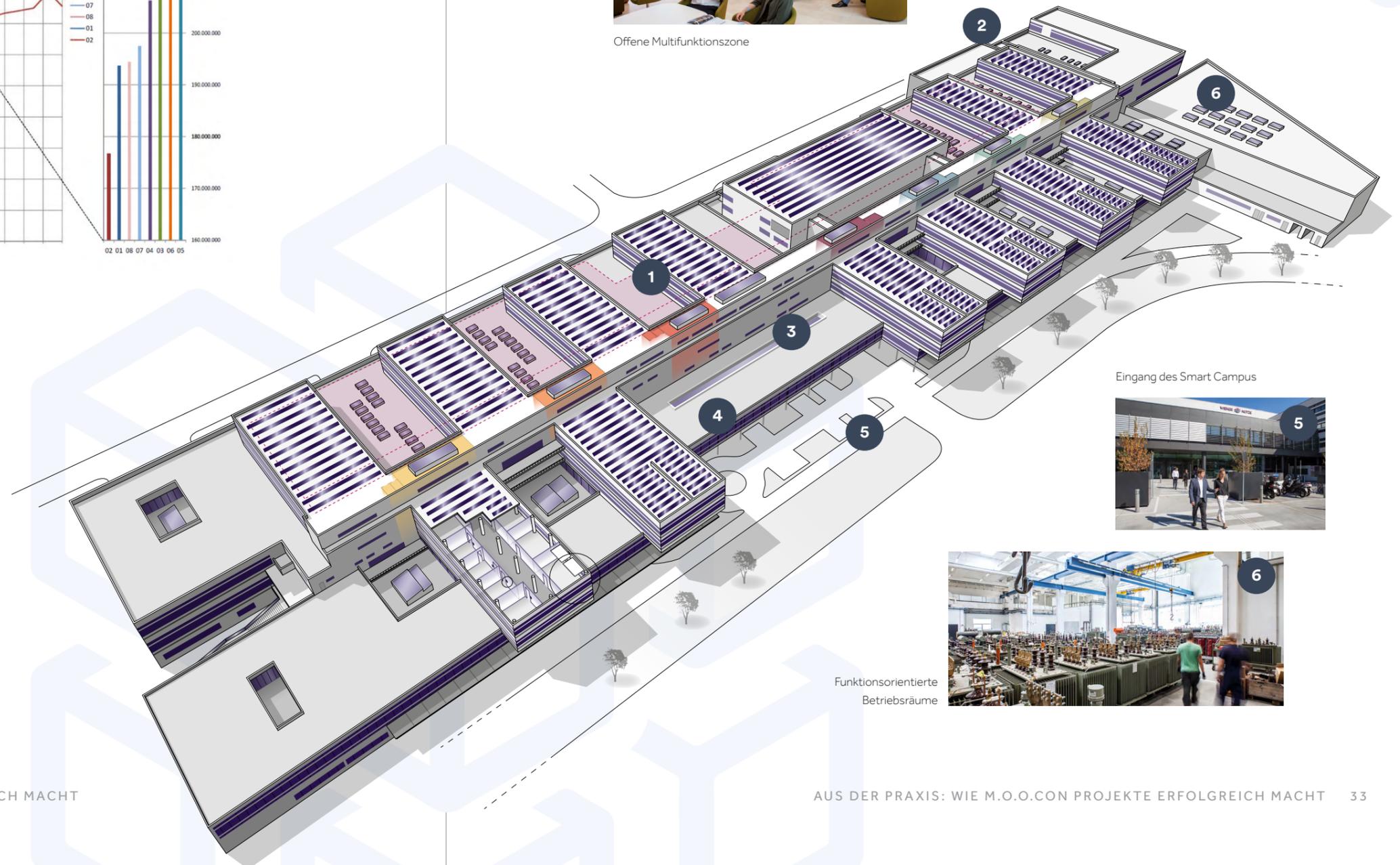
Freitreppen zwischen den Magistralen



4

Offene Multifunktionszone

Die Abbildung visualisiert die Funktionsbereiche des gebauten Smart Campus. Ihre Verortung und Ausgestaltung sind das Ergebnis kontinuierlichen Qualitätsmonitorings in der Entstehungsphase.



Eingang des Smart Campus



5

Funktionsorientierte Betriebsräume



6

### Beispiel 3

# Auf dem Weg zur modernsten Stadtverwaltung Deutschlands: Das neue Technische Rathaus Mannheim

AUSLOBER\_IN  
**GBG – Mannheimer Wohnungsbauges. mbH**

STANDORT  
**Mannheim**

JAHR  
**2016**

DAUER  
**4 Monate**

VERFAHREN  
**nicht-offener, einstufiger/-phasiger Realisierungswettbewerb**

AP | BGF  
**710 | 26.000 m<sup>2</sup>**

LEISTUNG M.O.O.CON  
**Bedarfsplanung, Wettbewerbsbetreuung inkl. Vorprüfung**

PROJEKTLEITUNG  
**Michael Wiebelt**



Der Siegerentwurf von schneider+schumacher unterstreicht mit seiner transparenten Glasfassade den Charakter eines öffentlichen Ortes.

### AuftraggeberIn

Die **Stadtverwaltung der zweitgrößten Stadt Baden-Württembergs** in der Metropolregion Rhein-Neckar sorgt für das Wohl von aktuell mehr als 325.000 EinwohnerInnen und befindet sich seit 2008 in einem umfassenden Modernisierungsprozess. Ziel dieses Erneuerungsweges ist die Transformation in eine der modernsten Verwaltungen Deutschlands.

### Aufgabenstellung und Ziele des Wettbewerbs

Das Technische Rathaus Collini Center beherbergte einen der beiden zentralen Standorte der Mannheimer Stadtverwaltung. Nach fast 40-jähriger Nutzung als Verwaltungsgebäude, Archiv, Schwimmbad und Einkaufszentrum hatten wesentliche Gebäudebestandteile allerdings ihre Lebensdauer erreicht bzw. überschritten. Den Anforderungen an einen modernen Büro- und Verwaltungsbetrieb konnte damit nicht mehr entsprochen werden. Dass sich die Sanierung als un-

wirtschaftlich erwies, machte den Weg für den **ersten Verwaltungsgebäude-Neubau Mannheims seit Beginn der 1930er Jahre** und die Verlegung des Standorts ins neu geschaffene Glückstein-Quartier frei.

Mit der Auslobung eines Wettbewerbs sollte ein Entwurf für das „Neue Technische Rathaus“ gefunden werden, der den **Strukturwandel der Verwaltung** angemessen kommuniziert und den **energetischen wie architektonischen Ansprüchen und Qualitäten der Stadt** genügt. Zusätzlich sollte das Gebäude zur **MitarbeiterInnenbindung** beitragen und den Stolz auf die eigene Tätigkeit bzw. die Arbeitgeberin Stadt Mannheim vermitteln.

### Wettbewerb und Ablauf

Als Verfahrensform wählte man einen **nicht-offenen, einstufigen/-phasigen Realisierungswettbewerb** (als **GeneralplanerInnen-Wettbewerb mit vorgeschalteter europaweiter Auswahl der TeilnehmerInnen**). Dabei wurden fünf TeilnehmerInnen schon vorab ausgewählt und weitere 15 in einem europaweiten und offenen Teilnahmewettbewerb ermittelt, an dem sich ca. 50 BewerberInnen beteiligten.



ARGE TRM Bolwin Wulf mbH, Berlin



msm Planungsgesellschaft mbH, Köln



Dierks Blume Nasedy Architekten BDA, Darmstadt



Unser Erfolgsbaustein

## Maßgeschneidert mit der richtigen Detailtiefe

Schon für die **Auslobungsbroschüre** war ein **detailliertes Raum- und Funktionsprogramm** erarbeitet worden, das eine spezielle, nutzungsspezifische Gebäudestruktur umfasste, die auf die Anforderungen der öffentlichen und halb-öffentlichen sowie internen Bereiche einging. Da die strikte Einhaltung der städtebaulichen Vorgaben und eine beispielgebende architektonische Qualität für die Auftraggeberin nicht zu diskutierende Grundvoraussetzungen darstellten, war es essenziell, die TeilnehmerInnen mit diesem **qualitätsvollen, eindeutigen und vollumfänglichen Briefing** in die Lage zu versetzen, den hohen Anforderungen entsprechen zu können. Wie für öffentliche AuftraggeberInnen üblich, kam der **Transparenz der Entscheidungsfindung** ein besonderer Stellenwert zu.

Karl-Heinz Frings, Geschäftsführer der GBG Mannheim, Bürgermeister Lothar Quast, Bürgermeisterin Felicitas Kubala und Oberbürgermeister Dr. Peter Kurz mit dem eingepassten Siegerentwurf auf der Umgebungsplatte.



Vorstellung der Ergebnisse der Vorprüfung im Preisgericht durch Michael Wiebelt.



Karl-Heinz Frings, Geschäftsführer der GBG Mannheim

**Für den Wettbewerb zum Neubau des Technischen Rathauses mit rund 700 Büroarbeitsplätzen und rund 26.000 Quadratmetern Bruttogeschossfläche (BGF) wurden in der Auslobung über die funktionalen Anforderungen hinausgehend auch kulturelle, soziale und strukturelle Objektziele definiert. Zugleich waren die wirtschaftlichen Ziele der Errichtung und des Betriebes zu beachten. Diese werden sich in den Baukosten, aber auch in den laufenden Betriebs- und Bewirtschaftungskosten auswirken. Deshalb wurden auch diese Kriterien im Wettbewerb intensiv betrachtet.**



Für die Sitzung des Preisgerichts vorbereitete Umgebungsplatte – die TeilnehmerInnen haben die Aufgabe, ein maßstabsgetreues Modell „auf Platte“ zu liefern.

Jeder Entwurf kann in die Umgebungsplatte eingepasst und begutachtet werden.

#### Beispiel 4

# Architektonische Champions League: Das Stage V der adidas World of Sports in Herzogenaurach

AUSLOBER\_IN  
adidas AG

STANDORT  
Herzogenaurach

JAHR  
2014

DAUER  
6 Monate

VERFAHREN  
nicht-offener, ein-  
stufiger Realisie-  
rungswettbewerb  
mit vorgeschaltetem  
BewerberInnen-  
Verfahren

AP | BGF  
3.600 | 93.000 m<sup>2</sup>

LEISTUNG M.O.O.CON  
Bedarfsplanung, Ent-  
wicklung, Workplace-  
Konzept, Wettbe-  
werbsunterstützung  
inkl. funktionale Vor-  
prüfung

PROJEKTLEITUNG  
Michael Wiebelt



Das Stage V tritt schon weit über die Grenzen der World of Sports hinaus sichtbar in Erscheinung.

## AuftraggeberIn

Die adidas Group ist in über 160 Ländern vertreten und beschäftigt 59.000 MitarbeiterInnen weltweit. 2019 produzierte das deutsche Unternehmen über 1,1 Mrd. Sport- und Sportlifestyle-Artikel mit unabhängigen HerstellerInnen weltweit und generierte einen Umsatz von 23,640 Mrd. Euro. Zum Streben nach Bestleistung, das tief in der unternehmerischen DNA des Sportartikelherstellers verankert ist, gehört auch der Anspruch, MitarbeiterInnen den besten Arbeitsplatz der Welt zu bieten.

## Aufgabenstellung und Ziele des Wettbewerbs

Uneingeschränkte Qualität forderte die adidas Group daher auch in der Gestaltung zweier neuer Bürogebäude und eines Sonderflächen-Baus am Campus der seit 1999 in Herzogenaurach entstehenden **World of Sports**.

Um eine kreative und funktionale Arbeitsumgebung für 3.600 MitarbeiterInnen zu gestalten, zielte der ausgelobte Wettbewerb darauf ab, individuelle architektonische Lösungen zu finden, die **Selbstverständnis und Werten des Sportartikelherstellers** gerecht werden, **innovative und hochflexible Arbeitswelten** schaffen und **Wirtschaftlichkeit** in Errichtung und Gebäudebetrieb sicherstellen.



## Wettbewerb und Ablauf

Der Auftraggeber entschied sich zur Auslobung **dreier synchron verlaufender, nicht-offener, einstufiger Realisierungswettbewerbe**, die die Gestaltung der beiden Bürogebäude und des Sonderflächen-Baus mit Veranstaltungsflächen, Konferenzräumen und einer Kantine zum Gegenstand hatten.

Um schon im Vorfeld ein herausragendes TeilnehmerInnenfeld sicherzustellen, wurde ein öffentlich ausgelobtes **BewerberInnen-Verfahren** vorgeschaltet, an dem sich Architekturbüros ohne regionale Einschränkung beteiligen konnten. Für die anschließenden Wettbewerbe wurden je 30 TeilnehmerInnen mit dem Auftrag der ausschließlichen Bearbeitung eines Projekts ausgewählt, um unterschiedliche Handschriften auf Gebäudeebene sicherzustellen.



Unser Erfolgsbaustein I

## Workplace-Konzept

Mit dem Workplace-Konzept will das traditionsreiche Unternehmen nicht weniger bieten, als den Arbeitsplatz der Zukunft – unterstützt durch zukunftsweisende Architektur. Um diesem hohen Ziel gerecht zu werden, bereitete sich die adidas Group gemeinsam mit M.O.O.CON intensiv auf den Wettbewerb vor. Nach einer umfassenden Bedarfsplanung lag die Lösung auf der Hand: Mit einem einzigartigem Workplace-Konzept – myArena – sollte das ehrgeizige Unternehmen auch in Sachen Arbeitsplatz Pioniergeist beweisen.

Als Grundlage für den Architekturwettbewerb stellte das Konzept sicher, dass das fertige Gebäude den hohen Ansprüchen des Unternehmens Rechnung trägt.



Behnisch Architekten, Stuttgart

### „CHAMPIONS LEAGUE-ANSPRUCH“ AUF JEDEM PLATZ

Nicht weniger als den Arbeitsplatz der Zukunft wollte das Unternehmen beim Bürokonzept verwirklichen. Das Ergebnis kann sich sehen lassen.



Delugan Meissl Associated Architects, Wien



ingenhoven architects gmbh, Düsseldorf



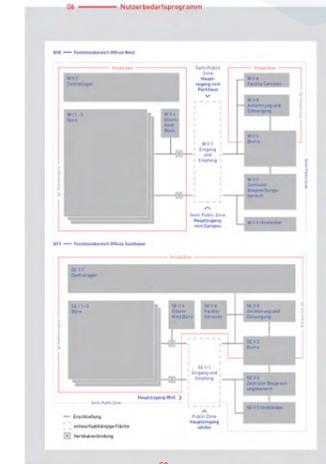
Unser Erfolgsbaustein II

## Den Kunden verstehen

Adidas als Sportartikelhersteller liegt der Wettbewerb „im Blut“. Das Unternehmen setzt alles daran, mit seinen Artikeln SportlerInnen auf höchstem Niveau noch besser zu machen. Es ist kein Wunder, dass für das Unternehmen auch Wettbewerbe für seine Infrastruktur eine Selbstverständlichkeit sind. Zahlreiche architektonisch beeindruckende Gebäude auf dem Campus in Herzogenaurach sind Zeugnis dieser Einstellung und Kultur, die sich mit dem Motto „champions-league“ treffend beschreiben lässt.



Selbstverständlich folgt auch die Auslobung diesem Motto. Sichtbar, fühlbar und lesbar bestechen die Ausschreibungsunterlagen mit außergewöhnlichem Design und Konzept. Frei nach dem Motto „The medium is the message“ verkörpern Layout, Inhalt und Verarbeitung den hohen Geltungsanspruch der Group. Die Broschüre liefert Inhalt und „Spirit“ für einen fairen Wettbewerb mit klarem „Champions-League-Anspruch“.



# 3,6

Tausend

Mitarbeitern soll ein hochattraktives Arbeitsumfeld geboten werden

standardisierte Elemente zurückgreift – im Miteinander der Neubauten und der bestehenden Campusgebäude einfließen. Da sie sich zu den Rändern der World of Sport orientieren, müssen sie zudem einen Beitrag zur Ausendarstellung der adidas Group leisten. Dabei muss der Raum zwischen Bürogebäude und Parkhaus die gleiche Kraft wie der Campus selbst entwickeln.

03.2.3 Innovative, hochflexible Arbeitswelten schaffen und zukünftige Nutzungsanforderungen bedenken! Die adidas Group schafft mit der World of Sports ein Weltklasse-Umfeld, die die Zusammenarbeit, die Innovation und die Produktivität fördert und es damit unseren Mitarbeitern ermöglicht, ihre besten Leistungen zu erbringen. Die Gebäude und das Umfeld repräsentieren die Attraktivität unserer Marken sowie die Originalität unseres „sports lifestyle“. Die von der adidas Group geschaffene Umgebung ermöglicht es, die besten Talente der Welt anzuziehen. Die beiden neuen Bürogebäude sollen durch ihre hohe Gestaltungs- und Nutzungsqualität diesen Anspruch fortschreiben und den zusätzlich rund 3.600 Mitarbeitern ein hochattraktives Arbeitsumfeld schaffen. Die Arbeitsumgebung in beiden neuen Gebäuden soll durch ihre Organisation, Gestaltung und ihr Angebot an Services und Facilities folgende Prämissen erfüllen:

- bei der Bearbeitung unterschiedlichster Aufgaben die Mitarbeiter optimal unterstützen. Alltägliches abnehmen oder erleichtern und so die bestmögliche Leistung ermöglichen
- eine emotional ansprechende Atmosphäre sowie Raum für Inspiration und Kreativität liefern
- Vielfalt wertschätzen und auch räumlich widerspiegeln – und so für unterschiedliche Bedürfnisse individuelle Lösungen bereitstellen

– authentisch, offen und transparent zu sein

– hochflexibel sein, also spontan veränderbar und gestaltbar sein und so Innovation unterstützen

Ein besonderer Anspruch gilt der Flexibilität. Sowohl die Mitarbeiterzahlen, die Aufgaben und die Arbeitsweisen sind sich ständig verändernde Parameter, auf die die Gebäude reagieren müssen. Es sollen also feste und robuste Strukturen entwickelt werden, die ein hochflexibles und veränderbares Inneres ermöglichen.

Ebenso wie sich das Unternehmen und die jeweiligen Marken selbst kontinuierlich verändern, fortentwickeln und sich den zukünftigen Aufgaben stellen, müssen die zu planenden Gebäude auf sich verändernde Anforderungen an die Arbeitswelten jederzeit reagieren können.

03.2.4 Strategie im Überblick: Unsere Voraussetzungen sind einzigartig, unsere Strategie steht. Wir lieben den Wettbewerb.

**PreisträgerIn**

Da adidas auf der Suche nach den besten individuellen Lösungen auf gleich drei Realisierungswettbewerbe gesetzt hat, gibt es auch mehrere PreisträgerInnen:

Mit einer schwebender Stahlkonstruktion samt Innenhöfen und innovativem Office-Konzept wurden für das Gebäude **SOUTHEAST** gleich zwei GewinnerInnen ermittelt (**Delugan Meissl Associated Architects** und **Behnisch Architekten Partnerschaft mbB**). Für das Sonderflächen-Gebäude **MEET & EAT** bestach der Entwurf von **COBE** mit hoher Funktionalität und Flexibilität.

Für das Bürogebäude **WEST** kürte die Jury den Entwurf von **MGF Architekten GmbH** zum Sieger. Im Nachgang des Wettbewerbs entschied sich die adidas Group jedoch für die weitere Bearbeitung des zweitplatzierten Entwurfs von **Caramel Architekten**.

**WETTBEWERB SOUTHEAST**



1. Preis: Delugan Meissl Associated Architects, Wien,

1. Preis: Behnisch Architekten, Stuttgart



3. Preis: ingenhoven architects gmbh, Düsseldorf



**WETTBEWERB MEET & EAT**



1. Preis: Cobe, Kopenhagen

2. Preis: raumwerk Gesellschaft für Architektur und Stadtplanung mbH, Frankfurt/ Main



3. Preis: Zaha Hadid Architects, London



1. Preis: MGF Architekten GmbH, Stuttgart

**WETTBEWERB WEST**



2. Preis: Caramel architekten zt-gesellschaft m.b.h., Wien



3. Preis: PARC Architectes, Paris

#### Beispiel 4

# Der Mensch im Mittelpunkt: Das neue Forschungs- und Entwicklungszentrum von MAM in Großhöflein

AUSLOBER\_IN  
**MAM Health & Innovation GmbH**

STANDORT  
**Großhöflein**

JAHR  
**2017-2021**

DAUER  
**8 Monate**

VERFAHREN  
**geladener, zweistufiger Realisierungswettbewerb**

AP | BGF  
**75 | 4.500 m<sup>2</sup>**

LEISTUNG M.O.O.CON  
**Bedarfsplanung, Verfahrensorganisation und Wettbewerbsbetreuung inkl. funktionale Vorprüfung**

PROJEKTLEITUNG  
**Caroline Schleiss**



Leitgedanke des neuen MAM-Standorts ist das Prinzip der Zellteilung. Wie ein wachsender Organismus soll das neue F&E-Zentrum über die Jahre mitwachsen können.

## AuftraggeberIn

Die Unterstützung der individuellen Entwicklung von Kindern und die Vereinfachung des elterlichen Alltags gehören seit 1976 zu den zentralen Anliegen der MAM Health & Innovation GmbH. In Kooperation mit WissenschaftlerInnen, ÄrztInnen und DesignerInnen der Universität für Angewandte Kunst produziert der Babyproduktehersteller unter der Marke MAM Schnuller, Babyflaschen, Stillprodukte, Mundpflege und weitere Artikel, die funktional wie optisch überzeugen.



## Aufgabenstellung und Ziele des Wettbewerbs

Über die Jahre entwuchs das in Siegendorf angesiedelte Forschungs- und Entwicklungsbüro der MAM Health & Innovation GmbH räumlich und technisch den Anforderungen, die an eine international agierende Produktentwicklungsabteilung gestellt werden. Mit Neubau auf einem 6.200 m<sup>2</sup> großen Areal zwischen Müllendorf und Großhöflein sollte ein Standort geschaffen werden, der den **Menschen kompromisslos ins Zentrum** stellt.

Ziel des ausgelobten Wettbewerbs war die **Identifikation eines Entwurfs, der ein architektonisches Statement abgibt, die Werte der Marke MAM sympathisch und unaufdringlich zum Ausdruck bringt und potenzielle MitarbeiterInnen begeistert**. Hohe Ansprüche an thermische sowie akustische Qualität und Beständigkeit waren dabei ebenso zu berücksichtigen wie der Wunsch nach Herstellung eines zukunfts- und ausbaufähigen Arbeitsumfelds für bis zu 180 MitarbeiterInnen, das Wohlfühlatmosphäre garantiert.



## Wettbewerb und Ablauf

Die Auslobung erfolgte in Form eines geladenen, zweistufigen GeneralplanerInnen-Wettbewerbs mit Realisierungsabsicht. Die Anzahl der Teilnehmenden in der ersten Phase wurde auf acht geladene Architekturbüros begrenzt. MAM schaffte durch die reduzierte TeilnehmerInnenzahl und daran geknüpfte Auftragsversprechen eine hohe Motivation unter den Büros. Nach einer spannenden ersten Runde rückten die vier bestgereihten Arbeiten in Stufe 2 auf.





## Unser Erfolgsbaustein I Moodboard

Passend zum Motto „Der Mensch im Mittelpunkt“ war der Input der MitarbeiterInnen ein wichtiges Element auf dem Weg zum neuen Standort. Um die Unternehmensidentität umfassend an die Wettbewerbs-TeilnehmerInnen kommunizieren zu können, erarbeiteten Geschäftsführung, F&E-Team sowie MitarbeiterInnen diverser Abteilungen der Standorte Ungarn und Wien unter Leitung von M.O.O.CON ein Moodboard. Dieses transferierte die Unternehmenswerte in eine greifbare, emotionale Bildwelt und stieß eine tiefgehende Auseinandersetzung mit der unternehmerischen Identität an.



**37 TeilnehmerInnen feilten an einem gemeinsamen Stimmungsbild.**



Hier drückte sich neben dem zentralen Wunsch, Eltern und Babies zu helfen, der forschende Pioniergeist, die globale Ausrichtung und das Verantwortungsbewusstsein der MitarbeiterInnen aus. Diese Werte soll der neue Standort verkörpern.



## Unser Erfolgsbaustein II Vorprüfung

Auch im Wettbewerb selber war das Feedback der MAM-MitarbeiterInnen gefragt. Zur Vorprüfung waren alle KollegInnen des betroffenen Standorts eingeladen, die Entwürfe der ersten und zweiten Stufe aus ihrer Sicht zu prüfen. In Dreier-Teams wurden alle Projekte durchbesprochen und bewertet. Evaluiert wurden das Raumkonzept bzw. die Arbeitsplatzstruktur und das Design der Aussenansicht. Die Ergebnisse legten VertreterInnen den EntscheidungsträgerInnen in der Jurysitzung nahe.

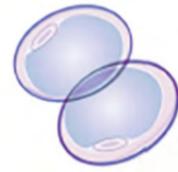


**Spannende Diskussionen über den Modellentwurf.** Durch die enge MitarbeiterInneneinbindung wurde sichergestellt, dass der neue Standort den Bedürfnissen der NutzerInnen gerecht wurde.



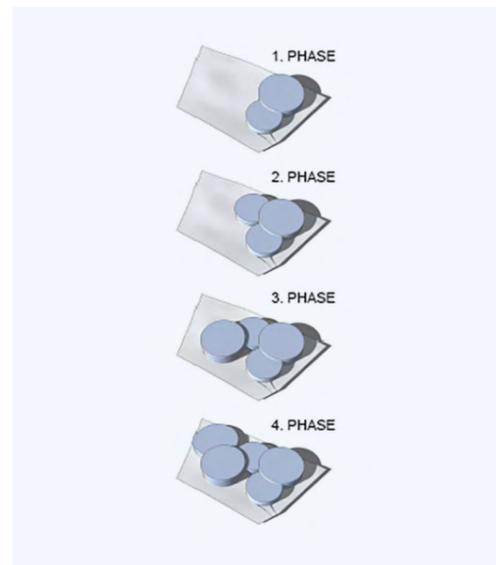
## PreisträgerIn

Nach mehreren Wertungsrunden sprach das Preisgericht dem Wettbewerbsbeitrag der **INNOCAD ZT GmbH** den ersten Rang zu. Der unkonventionelle Ansatz eines wachsenden Gebäudes trägt der angestrebten Standorterweiterung Rechnung und gewährleistet eine übersichtliche und weitläufige Arbeitswelt, die den Laborbereich als integrativen Teil der Gesamtstruktur auffasst. Damit entsteht eine gleichwertige Arbeitsplatzqualität ohne architektonische Hierarchie, die den Menschen uneingeschränkt ins Zentrum stellt.



**Mit dem unkonventionellen Ansatz eines wachsenden Gebäudes, inspiriert vom Prinzip der Zellteilung, überzeugte INNOCAD ARCHITEKTUR ZT GmbH die Jury.**

Ausgehend von zwei kreisförmigen ineinandergreifenden Baukörpern kann der Standort um weitere Kreise organisch erweitert werden, sodass auch in Zukunft der Mensch stets im Mittelpunkt steht.



## DIE WEITEREN SIEBEN TEILNEHMER\_INNEN DER ERSTEN BEIDEN WETTBEWERBSSTUFEN



FOAM ZT GmbH, Wien

Zechner & Zechner ZT GmbH, Wien



sps architekten zt gmbh, Thalgau



Franz und Sue ZT GmbH, Wien



Pichler & Traupmann Architekten ZT GmbH, Wien

LP architektur ZT GmbH, Pongau



propeller z, Wien

#### Beispiel 4

## Flexibilität macht Schule: Schulneubau in der Wiener Grundäckergasse

AUSLOBER\_IN  
**MA 56 - Wiener Infra-  
struktur Projekt GmbH**

STANDORT  
**Wien**

JAHR  
**2018**

DAUER  
**5 Monate**

VERFAHREN  
**EU-weiter, offener Rea-  
lisierungswettbewerb  
im Oberschwellenbe-  
reich**

BGF  
**10.650 m<sup>2</sup>**

LEISTUNG M.O.O.CON  
**Verfahrensorganisation  
und Wettbewerbs-  
betreuung inkl. Vor-  
prüfung**

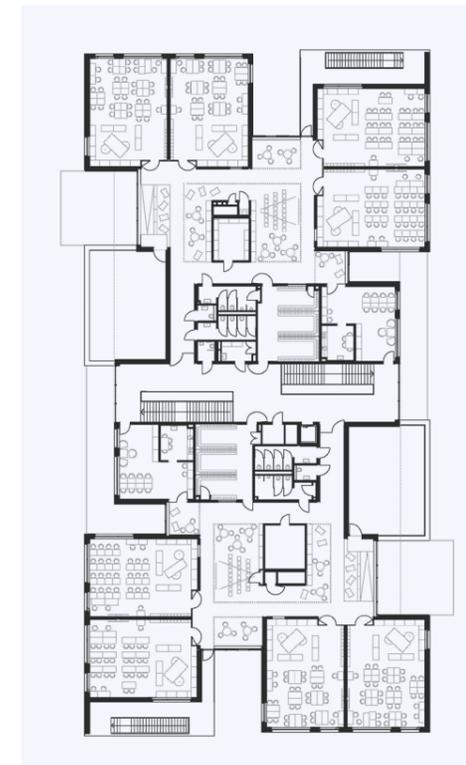
PROJEKTLEITUNG  
**Nadja Präßler**



Im Standort Grundäckergasse 14 im 10. Wiener Gemeindebezirk entstand eine neue Schule mit innovativem, räumlich-pädagogischem Konzept, das die klassenübergreifende Kooperation unterstützt.

### AuftraggeberIn

Als zweitgrößte Schulerhalterin Österreichs zeichnet die **Gemeinde Wien (MA 56)** für die Instandhaltung von rund 380 öffentlichen Bildungseinrichtungen sowie den zeitgemäßen Ausbau der Schulinfrastruktur verantwortlich. Die **WIP Wiener Infrastruktur Projekt GmbH** übernimmt als Unternehmen der Wien Holding Management und Leitung dieser Erweiterungs- und Sanierungsprojekte.



### Aufgabenstellung und Ziele des Wettbewerbs

Um der **signifikant steigenden Nachfrage** nach Schulplätzen im Pflichtschulbereich zu begegnen, soll im 10. Wiener Gemeindebezirk eine Schule errichtet werden. Als Ganztagesvolksschule und Mittelschule konzipiert, muss der Neubau in der Grundäckergasse hohen Anforderungen gerecht werden: Der ausgelobte Wettbewerb zielte darauf ab, qualitative Lösungen für die Bildungseinrichtung zu ermitteln, die eine ganztägig geführte Volksschule mit 13 Klassen und eine ganztägig geführte Mittelschule mit zwölf Klassen umfasst. Das flexible Konzept bietet den Klassen beider Schulen insgesamt sechs Bildungscluster mit jeweils vier Unterrichtsräumen, die je nach Bedarf bespielt werden können. Weiter umfasst das Konzept einen Kreativ- und Sportbereich, eine Küche inkl. Speisesaal sowie Verwaltungs- und Nebenräume.



### Wettbewerb und Ablauf

Auf Basis der Aufgabenstellung wurde ein **EU-weiter, offener, anonymer und einstufiger Realisierungswettbewerb für Generalplanungsleistungen** ausgeschrieben. Gesucht wurden Planungskonzepte für den Neubau und ein **GeneralplanerInnen-Team**, mit dem infolge des Wettbewerbs ein Verhandlungsverfahren geführt wurde.



Unser Erfolgsbaustein

## Vorgaben für die Schule der Zukunft



In der Vorprüfung wurden die 28 unterschiedlichen Entwürfe auf Herz und Nieren geprüft. Das Ergebnis unterstützte die Auftraggeberin maßgeblich bei der Entscheidungsfindung.

Die Besonderheit des Projekts, bei dem wir als VerfahrensorganisatorInnen auftraten, war der **Wunsch nach einer innovativen Umsetzung eines räumlich-pädagogischen Konzepts**, in dem sogenannte Multifunktionsflächen und „Flexi-Cluster“ ein räumliches Gesicht bekommen. Um den großen Gebäudekomplex in eine Sequenz überschaubarer Bereiche zu gliedern und die klassenübergreifenden Kooperationen zu stärken, sollten Bildungsräume zu einem räumlichen Verbund (=Cluster) zusammengefasst werden. Die Cluster werden zu selbstständigen, flexiblen Organisationseinheiten, indem ihnen auch Arbeitsräume (Teamräume) für die PädagogInnen und Nebenräume zugeordnet werden. Im Cluster halten sich die Kinder nicht ausschließlich in einem ihnen zugeteilten Bildungsraum auf, sondern können sich im gesamten Verbund frei bewegen.

Herzstück jedes Clusters ist die sogenannte Multifunktionsfläche („MUFU“) für gemeinsame Nutzungen, um den die anderen Funktionsräume ausgerichtet werden sollen. Sie soll, in verschiedene Bereiche gegliedert, als **Erschließungs- und Bewegungsraum, Gruppenarbeits- und Aufenthaltsraum, Raum für offene Unterrichtsformen (Lerninsel) und Versammlungsraum** für die gesamte „Bevölkerung“ des Clusters dienen.

**Im Rahmen des Wettbewerbs entstanden unterschiedliche Entwürfe für Gestaltung der Multifunktionsflächen. Der realisierte Cluster verbindet unterschiedliche Funktionsflächen und bietet den Kindern eine flexible Lernumgebung mit vielen Freiflächen.**



### Preisträgerin

Den EU-weiten Wettbewerb konnte das Wiener Architekturbüro DI Michael Schluder aus 28 Einreichungen für sich entscheiden. Sein L-förmiger Entwurf bietet nicht nur eine adäquate Antwort auf die städtebauliche Situation des 10. Wiener Gemeindebezirks, sondern zeichnet sich auch durch besondere Behutsamkeit im Umgang mit dem Bauplatz sowie durch Entfall statischer Sonderlösungen aus. Die innere Erschließung ist logisch, selbstleitend und intuitiv verständlich. Die Freiflächen werden so gestaltet, dass ein Mehrwert zum Quartier entsteht.



1. Preis: Schluder Architekten ZT GmbH, Wien

2. Preis: ARGEKronaus Mitterer Architekten GsBR / Vasko+Partner Ingenieure Ziviltechniker für Bauwesen und Verfahrenstechnik GesmbH, Wien



3. Preis: silbermayr weizl architekten zt gmbh, Wien

## Bildrechte

**6** Das Seagram Building in NYC: Guillermo Giovine, Unsplash // Die Zentrale des Bundesnachrichtendienst in Berlin: Jan Kleinhues, Wikimedia Commons, CC-BY-SA-4.0 // Das Forum Romanum: anyaivanova, Freepik // **8** Die Alnatura-Zentrale in Darmstadt: Eduardo Perez, [www.alnatura.de/de-de/ueber-uns/presse/pressebilder/](http://www.alnatura.de/de-de/ueber-uns/presse/pressebilder/) // **9** Funktion vs. Atmosphäre: [www.pxfuel.com](http://www.pxfuel.com), [www.jumpstory.com](http://www.jumpstory.com) // **10** Das Musée du Quai Branly: Jean-Pierre Dalbéra, Wikimedia Commons, CC-BY-SA-4.0 // Windkraft Simonsfeld in Ernstbrunn: Helge Bauer // Das Holz-Hochhaus HoHo in Wien Aspern: Pressefoto, [www.hoho-wien.at](http://www.hoho-wien.at) // **11** Das Weiße Haus in Washington: Ryan Pouncy, Unsplash // **19** Auslobungsunterlagen: adidas // **20** Projektbeispiel Axel Springer: M.O.O.CON // **21** Jurysitzungen: M.O.O.CON // **25** Mathias Döpfner und Axel Springer Neubau Außenansicht: Axel Springer SE 2021, [www.axelspringer.com/de/media](http://www.axelspringer.com/de/media) // **26** Das goldene Hochhaus: Jörg Zägel, Wikimedia Commons, CC-BY-SA-3.0 // „Be radical“ & Kick-off Veranstaltung: Axel Springer // **27** Workshops: BIG-Bjarke Ingels Group Modell: Rem Koolhaas // **30** Smart Campus: Walter Oberbramberger // **33** Funktionsbereiche Detail: Walter Oberbramberger // **36** Bürgermeister mit Siegerentwurf: GPG Mannheim // Vorstellung der Ergebnisse: M.O.O.CON // **37** Karl-Heinz Frings: GBG Mannheim // Entwürfe und Umgebungsplatten: M.O.O.CON // **38** Das Stage V: adidas, [www.adidas-group.com/de/medien/medien-cente](http://www.adidas-group.com/de/medien/medien-cente) // **39** Grundrissplan: Auslobungsunterlagen adidas // **41** Auslobungsunterlagen: adidas // **44** F&E Zentrum: INNOCAD Architektur ZT GmbH // **45** Furniture & Materials: INNOCAD Architektur ZT GmbH // **46** Workshop: M.O.O.CON // **47** Vorprüfung: M.O.O.CON // **48** Renderings und Grafiken Zellteilung: INNOCAD Architektur ZT GmbH // **50** Außenansicht: Schluder Architekten ZT GmbH, Melinda Borbely // **51** Plan und Rendering: Schluder Architekten ZT GmbH // **52** Vorprüfung: M.O.O.CON // Pläne: Schluder Architekten ZT GmbH (links), silbermayr welzl architekten zt gmbh (rechts) // **53** Modell: M.O.O.CON // Plan: Schluder Architekten ZT GmbH

## Wettbewerbseinreichungen

© beim Bild vermerkt

## Grafiken

© M.O.O.CON GmbH

**M.O.O.CON – die führende Unternehmensberatung für identitätsstiftende und nachhaltige Gebäude, Prozesse und Arbeitswelten.**

Die Infrastrukturgestaltung betrachten wir als ein wirkungsvolles Managementinstrument, das maßgeblichen Anteil am wirtschaftlichen, kulturellen, strukturellen und sozialen Erfolg von Organisationen hat.

Wir sind StrategieberaterInnen und UmsetzerInnen. Aus unternehmerischen Zukunftsbildern entwickeln wir wirksame analoge und digitale Infrastruktur und unterstützen deren Realisierung.

**WIEN**

ÖSTERREICH  
Wipplingerstraße 12/2  
1010 Wien

+43 (0)1 532 63 30-0

**FRANKFURT**

DEUTSCHLAND  
Leipziger Straße 8  
60487 Frankfurt/Main

+49 (0)69 714 01-60

**WAIDHOFEN**

ÖSTERREICH  
Plenkerstraße 14  
3340 Waidhofen/Ybbs

+43 (0)7442 502-0

**HAMBURG**

DEUTSCHLAND  
c/o WeWork Stadthaus  
Axel-Springer-Platz 3  
20355 Hamburg

+49 (0)40 589 69 393

**MÜNCHEN**

DEUTSCHLAND  
c/o Mindspace  
Salvatorplatz 3  
80333 München

+49 (0)162 106 79 66

office@moo-con.com